

EKSPLORASI FIGMA SEBAGAI PERANGKAT UNTUK PERANCANGAN UI/UX PADA APLIKASI TIKTOKSHOP



Disusun Oleh:

N a m a : Fatimah Azzahra
NIM : 17523217

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**EKPLORASI FIGMA SEBAGAI PERANGKAT UNTUK
PERANCANGAN UI/UX PADA APLIKASI
TIKTOKSHOP**

TUGAS AKHIR



الجمهورية الإسلامية
الاستاذة الباندية

Yogyakarta, 22 Agustus 2023

Pembimbing,

(Beni Suranto, S.T., M.SoftEng.)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**EKPLORASI FIGMA SEBAGAI PERANGKAT UNTUK
PERANCANGAN UI/UX PADA APLIKASI
TIKTOKSHOP**

TUGAS AKHIR

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika – Program Sarjana di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 22 Agustus 2023

Tim Penguji

Beni Suranto, S.T., M.SoftEng.

Anggota 1

Dr. Ahmad Luthfi, S.Kom., M.Kom.

Anggota 2

Dr. Novi Setiani, S.T., M.T.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



(Dhomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D.)

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatimah Azzahra

NIM : 17523217

Tugas akhir dengan judul:

EKPLORASI FIGMA SEBAGAI PERANGKAT UNTUK PERANCANGAN UI/UX PADA APLIKASI TIKTOKSHOP

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung risiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 20 Juni 2023



(Fatimah Azzahra)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji dan syukur selalu saya haturkan kepada Allah Swt. yang telah memberikan kemudahan, kelancaran serta keberkahan selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat menjadi bermanfaat untuk orang lain. Laporan tugas akhir ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri, yang telah berusaha dan dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Saya persembahkan pula kepada kedua orang tua saya, yaitu Bapak Suparmanto dan Ibu Wurjiyami serta adik-adik saya, Imron Aji Prasetyo dan Ilham Firmansyah yang tanpa henti memberikan doa, dukungan, pengorbanan, cinta, kasih, dan kebahagiaan hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Terima kasih pula saya haturkan kepada Amanda Arifianto, Balqis Hanina Fajrin, Agus Nur Yahya, serta Wildania Adila yang selalu memberikan dukungan dan membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terimakasih yang tak terhingga kepada Bapak Beni Suranto, S.T., M.SoftEng., yang telah membimbing saya dengan sangat baik selama menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

HALAMAN MOTO

“Yang menentukan hidupmu adalah dirimu sendiri, jangan bergantung pada manusia,
jangan berhenti dan teruslah berproses.”

(Fatimah Azzahra)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur selalu dihaturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan keberkahan, rahmat dan hidayahnya sehingga dapat terselesaikannya Tugas Akhir ini yang berjudul “Eksplorasi Figma Sebagai Perangkat untuk Perancangan UI/UX pada Aplikasi TikTokShop”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Teknik Informatika di Universitas Islam Indonesia. Penulisan dan penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bimbingan, motivasi dan bantuan dari berbagai pihak maka, izinkan penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan berkah yang melimpah.
2. Fatimah Azzahra, diri sendiri yang telah berjuang menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Kedua orang tua tercinta serta adik-adik tersayang yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tak terbatas.
4. DThomas Hatta Fudholi, S.T., M.Eng., Ph.D, selaku Ketua Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
5. Beni Suryanto, S.T., M.SoftEng., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Seluruh dosen Prodi Informatika, bapak dan ibu semua yang telah memberikan banyak ilmu pembelajaran yang sangat bermanfaat.
7. Seluruh teman-teman, baik di luar maupun di dalam lingkungan Jurusan Informatika Universitas Islam Indonesia, yang selalu memberi dukungan dan semangat sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Semoga kebaikan dari semua pihak dapat dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwasanya tugas akhir ini masih memiliki banyak kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu kritik serta saran yang membangun dari berbagai pihak diperlukan agar penelitian mendatang dapat menjadi lebih baik. Besar pengharapan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Yogyakarta, 20 Juni 2023



(Fatimah Azzahra)

SARI

Perkembangan teknologi internet kini semakin pesat dan sedang banyak diperbincangkan, salah satunya berupa aplikasi transaksi jual beli di internet yang dikenal sebagai *e-commerce*. Adanya kebutuhan masyarakat akan respons yang sangat cepat tanpa terbatas waktu menyebabkan sistem perdagangan elektronik (*e-commerce*) telah menjadi bagian rutinitas dari kehidupan manusia. Hal ini menyebabkan semakin banyak bermunculan *e-commerce* di Indonesia. Electronic Commerce (*E-Commerce*) adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. TikTok Shop merupakan fitur social *e-commerce* yang memungkinkan pengguna maupun para kreator mempromosikan dan menjual produk sekaligus melakukan aktivitas belanja yang terdapat pada aplikasi TikTok. TikTok Shop sudah dapat digunakan di Indonesia sejak April 2021 yang memungkinkan para penggunanya melakukan transaksi jual beli secara langsung dan praktis karena dalam satu aplikasi pengguna bisa mendapatkan hiburan sekaligus belanja di aplikasinya. Namun aplikasi TikTok Shop ini masih memiliki beberapa kekurangan yaitu tampilan aplikasi yang masih membingungkan bagi pengguna pemula serta tampilan dari *User Interface* yang kurang teratur sehingga membuat pengguna kurang nyaman pada fitur-fiturnya. Menurut observasi melalui rating dan ulasan yang terdapat pada *Google Playstore*, TikTok mendapatkan rating 4,4 dari rating tertinggi yaitu 5,0. Rating pada aplikasi TikTok Shop perlu ditingkatkan agar dapat bersaing dengan *e-commerce* lain dengan memperbaiki *User Interface* pada tampilannya. Berdasarkan dengan adanya permasalahan tersebut dilakukan penelitian *redesign* tampilan (UI) pada aplikasi TikTok Shop agar menambah tingkat kepuasan pengguna.

Metode *Design thinking* merupakan metode yang digunakan pada penelitian ini yang mencakup beberapa proses antara lain yaitu pengumpulan data (*empathize*), analisis kebutuhan (*define*), analisis solusi (*ideate*), perancangan sistem (*prototype*) dan pengujian (*test*). Pada tahap pengujian digunakan metode *usability testing* yang nantinya hasil redesain akan ditunjukkan kepada pengguna dan menggunakan pertanyaan pengujian sebagai proses validasi. Penelitian ini telah menghasilkan design *User Interface* aplikasi TikTokShop dengan tampilan yang baru dan dapat diterima oleh user. Hasil presentase rata-rata terhadap hasil *usability testing*, maka diperoleh hasil yang baik untuk redesain tampilan aplikasi TikTokShop.

Kata kunci: *Design Thinking*, Redesain, *Usability Testing*, *User Interface*.

GLOSARIUM

<i>Design Thinking</i>	Metode penyelesaian masalah dengan melibatkan pengguna secara langsung.
<i>High Fidelity</i>	<i>Wireframe</i> dengan desain tingkat yang lebih detail dan jelas.
<i>Low Fidelity</i>	<i>Wireframe</i> dengan desain kasar tanpa pengukuran yang detail.
<i>Prototype</i>	Gambaran awal atau desain dari sebuah produk yang akan dikembangkan.
Redesain	Proses merancang kembali sebuah desain dengan mengubah tampilan atau fungsi suatu produk.
<i>User Interface</i>	Desain tampilan yang berhubungan langsung dengan pengguna.
<i>User Experience</i>	Pengalaman pengguna saat menggunakan atau berinteraksi dengan <i>interface</i> .
<i>User Flow</i>	Sebuah diagram yang menjelaskan alur atau langkah-langkah yang harus dilakukan pengguna untuk mencapai tujuan tertentu.
<i>Wireframe</i>	Sebuah kerangka yang dijadikan acuan sebagai pembuatan <i>prototype</i> .

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
SARI.....	viii
GLOSARIUM	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metodologi Penelitian	4
1.7 Rancangan Sistematika Penulisan.....	5
BAB II DASAR TEORI	6
2.1 Aplikasi TikTok	6
2.2 FIGMA.....	8
2.3 Design Thinking.....	10
2.4 User Interface & User Experience	12
2.5 Usability Testing	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Empathize.....	19
3.2 Define.....	22
3.3 Ideate	23
3.3.1 User Flow	23
3.3.2 Wireframe.....	24

	xi
3.4 Prototype	25
3.5 Test.....	25
BAB IV PERANCANGAN & IMPLEMENTASI	27
4.1 Emphatize.....	27
4.2 Define.....	32
4.3 Ideate	33
4.3.1 User Flow	33
4.3.2 Wireframe.....	34
4.4 Prototype	46
4.5 Testing.....	47
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 KESIMPULAN.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel daftar pertanyaan pada kuisisioner	20
Tabel 4.1 Pemetaan <i>user persona</i>	33
Tabel 4.2 Tabel pertanyaan pengujian	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram 8 negara dengan pengguna aktif TikTok terbesar di Dunia	6
Gambar 2.2 Tampilan beranda TiktokShop	7
Gambar 2.3 Tampilan beranda Figma di browser	8
Gambar 2.4 Tahapan metode Design Thinking	10
Gambar 2.5 Perbedaan User Experience dan User Interface	12
Gambar 2.6 Alur Usability Testing : Flow of Information	18
Gambar 3.1 Tahapan Design Thinking	19
Gambar 3.2 Empathy Map	21
Gambar 3.3 Contoh <i>User Persona</i>	23
Gambar 3.4 Contoh <i>User Flow</i>	24
Gambar 3.5 Perbedaan gambar <i>low fidelity</i> dan <i>high fidelity</i>	25
Gambar 4.1 Grafik batang rentang usia responden kuesioner	27
Gambar 4.2 Diagram responden kuesioner yang menggunakan	28
Gambar 4.3 Grafik batang pengguna yang sering	28
Gambar 4.4 Grafik batang hasil fitur dan tampilan	29
Gambar 4.5 Grafik batang hasil pemilihan warna tampilan	29
Gambar 4.6 Grafik batang hasil desain tampilan TiktokShop	30
Gambar 4.7 Grafik batang hasil informasi yang ditampilkan pada	30
Gambar 4.8 Wawancara narasumber melalui <i>Google Meet</i>	31
Gambar 4.9 <i>Empathy Map</i>	32
Gambar 4.10 <i>User Flow</i> Pemesanan produk	34
Gambar 4.11 <i>Tool Frame</i> yang digunakan untuk	35
Gambar 4.12 Tampilan <i>design layout frame</i>	35
Gambar 4.13 Tampilan <i>Shape Tools</i>	36
Gambar 4.14 <i>Wireframe low fidelity</i> halaman beranda TiktokShop	37
Gambar 4.15 <i>Wireframe low fidelity</i> halaman rincian produk	38
Gambar 4.16 <i>Wireframe low fidelity</i> halaman pilih varian produk	39
Gambar 4.17 <i>Wireframe low fidelity</i> ringkasan pesanan	40
Gambar 4.18 <i>Wireframe low fidelity</i> halaman rincian pesanan	41
Gambar 4.19 <i>Wireframe high fidelity</i> beranda TiktokShop	42
Gambar 4.20 <i>Wireframe high fidelity</i> halaman rincian produk	43
Gambar 4.21 <i>Wireframe high fidelity</i> halaman pilih varian produk	44

Gambar 4.22 <i>Wireframe high fidelity</i> ringkasan pemesanan	45
Gambar 4.23 <i>Wireframe high fidelity</i> halaman rincian pesanan.....	46
Gambar 4.24 Tampilan <i>user interface</i> redesain aplikasi TikTokShop	47
Gambar 4.25 Hasil validasi mengenai tampilan pada halaman	48
Gambar 4.26 Hasil validasi mengenai tampilan pada halaman	49
Gambar 4.27 Hasil validasi mengenai tampilan pada halaman	49
Gambar 4.28 Hasil validasi mengenai ukuran dan jenis <i>font</i>	49
Gambar 4.29 Hasil validasi mengenai <i>symbol, icon, dan gambar</i>	50
Gambar 4.30 Hasil validasi mengenai fitur-fitur pada.....	50
Gambar 4.31 Hasil validasi mengenai fungsi fitur	51
Gambar 4.32 Hasil validasi mengenai pemilihan warna	51
Gambar 4.33 Hasil validasi mengenai desain tampilan	52
Gambar 4.34 Hasil validasi mengenai informasi produk.....	52

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi internet saat ini sudah berkembang dengan cepat, bahkan hampir seluruh manusia di dunia menggunakan teknologi internet. Dengan keandalannya, kini internet dibutuhkan bagi seluruh manusia untuk mencari informasi apapun dari berbagai penjuru dunia dengan mudah. *Website* merupakan halaman situs sistem informasi yang dapat diakses oleh pengguna dengan cepat. Melalui perkembangan teknologi informasi, terciptalah jaringan antar komputer yang saling berhubungan. Jaringan yang dikenal sebagai internet ini terus-menerus menjadi pesan elektronik, termasuk *email*, transmisi *file*, dan komunikasi dua arah antara individu atau komputer. *Website* menjadi kebutuhan masyarakat modern baik digunakan untuk melakukan transaksi pembelian, penyebaran informasi, dan juga pencarian informasi.

Internet atau dunia web berkembang menjadi pusat informasi bagi umat manusia. Seperti yang dilansir oleh *Internet World Stats*, pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 212,354 juta jiwa pada bulan Juni 2021. Indonesia menduduki peringkat ke-3 sebagai pengguna internet terbanyak di Asia setelah Cina dengan peringkat pertama dengan 989.080 juta jiwa dan India dengan peringkat ke-2 dengan pengguna sekitar 755.820 juta jiwa (*Asia Internet Usage Facebook Stats and Population Statistics*, n.d.).

Perkembangan teknologi internet kini semakin pesat dan sedang banyak diperbincangkan, salah satunya berupa aplikasi transaksi jual beli di internet yang dikenal sebagai *e-commerce*. Adanya kebutuhan masyarakat akan respons yang sangat cepat tanpa terbatas waktu menyebabkan sistem perdagangan elektronik (*e-commerce*) telah menjadi bagian rutinitas dari kehidupan manusia. Hal ini menyebabkan semakin banyak bermunculan *e-commerce* di Indonesia. Electronic Commerce (*E-Commerce*) adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. *E-Commerce* berguna dalam mengurangi biaya administrasi dan waktu siklus proses bisnis, dan meningkatkan hubungan dengan kedua mitra bisnis dan pelanggan (Mardiono, Ferdi Cahyadi, 2022). *E-commerce* memiliki salah satu keunggulan yaitu kegiatan jual beli yang memiliki sistem pembayaran non tunai (*cashless*). Masyarakat saat ini memilih melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce* karena dipandang lebih praktis dan tidak perlu mengunjungi toko atau pusat perbelanjaan secara langsung, serta dapat diakses dengan mudah dan cepat. Akses *e-commerce* pada masa kini

dapat melalui aplikasi pada telepon genggam (*handphone*) yang sangat mudah penggunaannya (Informasi et al., 2020).

TikTok merupakan salah satu aplikasi yang populer di seluruh dunia. Aplikasi video pendek ini sukses menyita perhatian banyak orang, terutama anak-anak muda karena tampilan serta fitur-fitur menarik yang ditawarkannya. Berdasarkan kutipan dari dataindonesia.id, TikTok telah memiliki 1,09 miliar pengguna aktif pada Januari 2023. Sebanyak 38,5% pengguna berusia 18-24 tahun. Indonesia berada pada peringkat kedua dengan jumlah pengguna aktif TikTok sebesar 113 juta orang. Dengan demikian TikTok merupakan aplikasi yang digemari oleh pengguna di Indonesia. TikTok Shop merupakan fitur *social e-commerce* yang memungkinkan pengguna maupun para kreator mempromosikan dan menjual produk sekaligus melakukan aktivitas belanja yang terdapat pada aplikasi TikTok. TikTok Shop sudah dapat digunakan di Indonesia sejak April 2021 yang memungkinkan para penggunanya melakukan transaksi jual beli secara langsung dan praktis karena dalam satu aplikasi pengguna bisa mendapatkan hiburan sekaligus belanja di aplikasinya. Selain itu terdapat banyak promo yang ditawarkan antara lain potongan harga atau diskon dan promo gratis ongkir serta mendapatkan produk dengan kualitas terbaik yang membuat belanja menjadi lebih hemat. Namun aplikasi TikTok Shop ini masih memiliki beberapa kekurangan yaitu tampilan aplikasi yang masih membingungkan bagi pengguna pemula. Bahkan pengguna yang sudah sering menggunakan TikTok Shop pun masih merasa kurang nyaman pada tampilan fitur-fiturnya. Menurut observasi melalui rating dan ulasan yang terdapat pada *Google Playstore*, TikTok mendapatkan rating 4,4 dari rating tertinggi yaitu 5,0. Berkaitan dengan pengalaman pengguna, peneliti menemukan beberapa masalah seperti harga produk yang tidak sesuai dengan yang ditampilkan, jenis dan bentuk produk yang tidak sesuai, serta tampilan dari *User Interface* yang kurang teratur sehingga membuat pengguna kurang nyaman. Rating pada aplikasi TikTok masih dapat ditingkatkan agar dapat bersaing dengan *e-commerce* lain dengan memperbaiki *User Interface* pada tampilannya.

Dengan adanya berbelanja secara *online*, mitra bisnis harus memperhatikan aplikasi maupun *website* yang digunakan untuk bertransaksi. Konsumen akan melakukan transaksi ulang jika dirasa aplikasi yang digunakan mudah dipahami, mudah digunakan dan tampilan yang disajikan menarik. Bentuk tampilan grafis yang berhubungan langsung dengan pengguna dalam sebuah aplikasi disebut juga dengan *User Interface* (UI). *User Interface* berfungsi sebagai penghubung antara pengguna dengan sistem operasi (*User Interface*, 2022).

Sebuah desain *User Interface* sendiri merupakan hal yang penting dalam pembuatan sebuah *e-commerce* karena merupakan tampilan visual yang diberikan suatu produk (aplikasi) kepada penggunanya. Sehingga pengguna dapat melakukan transaksi dengan aplikasi yang mudah digunakan dan memiliki tampilan yang menarik. Untuk membuat aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan mitra bisnis dan konsumen, perlu adanya desain UI/UX serta metode yang tepat dalam implementasinya. Setelah melakukan survey kepada beberapa *designer* UI/UX, hasil menunjukkan bahwa *tools* yang paling banyak digunakan yaitu Figma serta metode yang digunakan yaitu metode *Design Thinking*. Figma merupakan sebuah aplikasi desain UI dan UX yang dapat digunakan untuk membuat situs *web* maupun aplikasi secara *real-time*. Desainer dapat bekerja secara bersamaan dari jarak jauh (*online*). Figma seperti campuran antara sketch dan photoshop, hanya saja berbasis web. Desainer tidak memerlukan penyimpanan desain secara konvensional di komputer karena Figma berbasis *cloud* yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun (Abdulah et al., 2022). Untuk membuat desain UI/UX memerlukan metode yang tepat agar desain yang dibuat sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pada penelitian ini akan membahas secara lebih rinci mengapa *tools* Figma digunakan sebagai alat perancangan desain UI/UX yang paling sering digunakan dan digemari oleh *designer* UI/UX. Selain itu penelitian ini juga akan menganalisis bagaimana metode *Design Thinking* yang digunakan oleh para *designer* UI/UX untuk membuat desain tampilan yang sesuai dengan kebutuhan mitra bisnis dan menarik minat beli konsumen.

Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan referensi atau memudahkan para developer maupun penulis makalah lainnya dalam mencari literatur mengenai penerapan Figma sebagai *tools* perancangan UI/UX dalam sebuah aplikasi. Serta dapat memberikan rekomendasi pada aplikasi Tiktok Shop untuk *upgrade* tampilan yang dapat menarik minat pengguna.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana penggunaan *tools* Figma pada aplikasi *e-commerce* Tiktok Shop.
- b. Bagaimana penerapan metode *Design Thinking* yang digunakan untuk perancangan tampilan UI/UX pada aplikasi *e-commerce* Tiktok Shop.

1.3 Batasan Masalah

Terdapat beberapa batasan masalah pada penelitian, hal ini dilakukan agar penelitian berjalan dengan baik dan menghindari cakupan masalah yang terlalu luas. Berikut beberapa batasan masalah yang ada, yaitu:

- a. Hanya menganalisa aplikasi Tiktok Shop pada tampilan TikTok Shop.
- b. Pengguna aplikasi hanya sebagai Pembeli.
- c. Hanya membuat rekomendasi tampilan UI/UX dan tidak membangun aplikasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk eksplorasi penerapan *tools* Figma pada perancangan tampilan aplikasi *e-commerce* TikTok Shop serta mengetahui penerapan metode *Design Thinking* untuk perancangan UI/UX pada aplikasi TikTok Shop. Selain itu pada penelitian ini dilakukan *testing* atau validasi pengguna terhadap hasil desain UI/UX yang direkomendasikan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh antara lain:

- a. Penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat dipergunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.
- b. Membantu developer atau pembaca dalam memilih penggunaan tools dan metode untuk perancangan UI/UX yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

1.6 Metodologi Penelitian

Metodologi yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan mencari literatur yang sesuai dengan topik pembahasan. Selain itu dilakukan observasi melalui wawancara dan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan informasi mengenai kepuasan pengguna.

b. Analisis Data

Setelah melakukan observasi maka dilakukan reduksi data. Setelah itu data disajikan dalam bentuk tabel dan pembahasan. Data tersebut disederhanakan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca. Selanjutnya menarik kesimpulan dari hasil pembahasan.

c. Penyusunan Laporan

Dalam menyusun laporan penelitian menggunakan sistematika tugas akhir yang telah ditetapkan oleh Program Studi Informatika. Laporan ditulis sesuai dengan hasil analisis data yang telah dilakukan.

1.7 Rancangan Sistematika Penulisan

Pada penulisan laporan penelitian akan ditulis dengan rancangan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang dari penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir yang dibuat.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori-teori yang berhubungan dengan topik dalam penelitian ini. Teori umum dan khusus pada landasan teori ini terdiri dari Aplikasi TikTok Shop, FIGMA, UI (*User Interface*), UX (*User Experience*), *Design Thinking* dan *Usability Testing*.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses penelitian. Tahapan-tahapan pada penelitian ini yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Testing*.

BAB IV PERANCANGAN & IMPLEMENTASI

Bab ini membahas tentang analisa dan perancangan dari desain tampilan yang akan dibuat. Perancangan tampilan terdiri dari *wireframe* dan *mockups* berdasarkan analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini.

BAB VI DAFTAR PUSTAKA

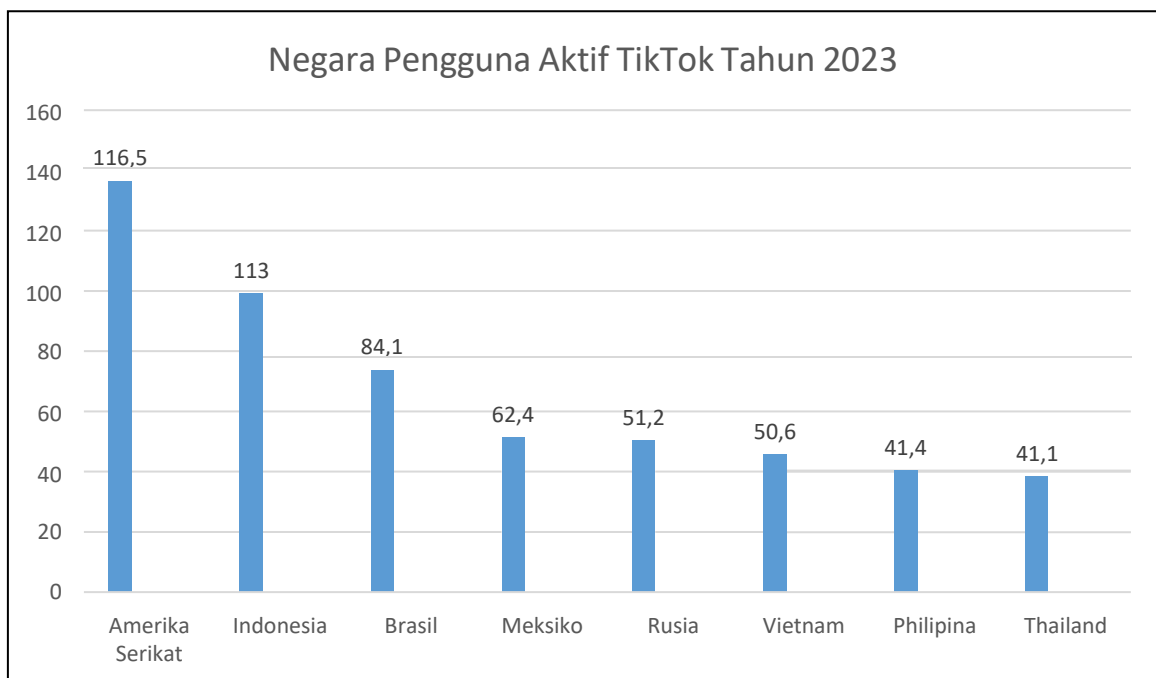
Pada daftar Pustaka berisi referensi-referensi yang digunakan pada penelitian ini.

BAB II

DASAR TEORI

2.1 Aplikasi TikTok

TikTok merupakan aplikasi *social media* yang digunakan untuk mengedit dan mengunggah video dengan durasi singkat yang populer di seluruh dunia. Aplikasi ini sukses menyita perhatian banyak orang, terutama anak-anak muda karena tampilan serta fitur-fitur menarik yang ditawarkannya. Berdasarkan kutipan dari dataindonesia.id, TikTok telah memiliki 1,09 miliar pengguna aktif pada Januari 2023. Sebanyak 38,5% pengguna berusia 18-24 tahun. Indonesia berada pada peringkat kedua dengan jumlah pengguna aktif TikTok sebesar 113 juta orang seperti terlihat pada Gambar 2.1(DataIndonesia, 2023). Dengan demikian TikTok merupakan aplikasi yang digemari oleh pengguna di Indonesia.

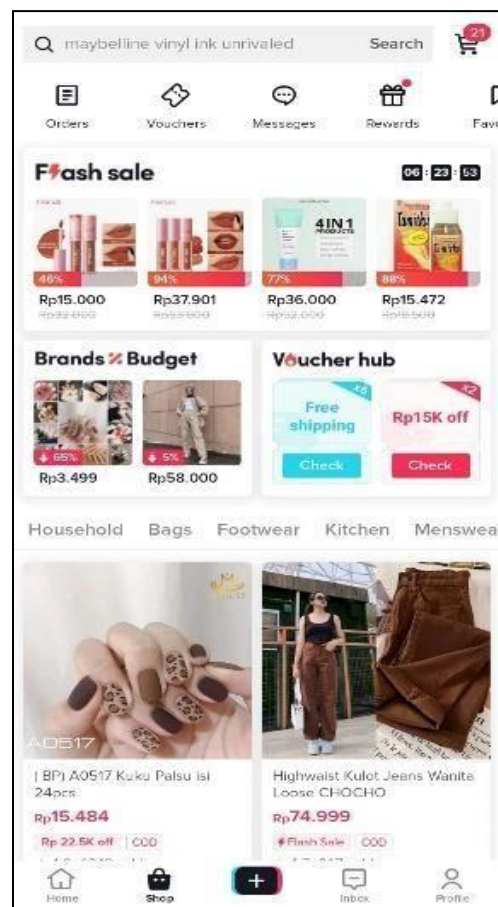


Gambar 2.1 Diagram 8 negara dengan pengguna aktif TikTok terbesar di Dunia

Sumber: DataIndonesia (2023)

Aplikasi TikTok saat ini menghadirkan beberapa macam fitur menarik. Salah satu fitur unggulan dari aplikasi TikTok yaitu fitur belanja bernama TikTok Shop. Fitur ini diciptakan sebagai salah satu upaya untuk menarik minat dan memudahkan para pengguna untuk menonton video hiburan sekaligus berbelanja. Mengutip laman resminya, TikTok Shop adalah

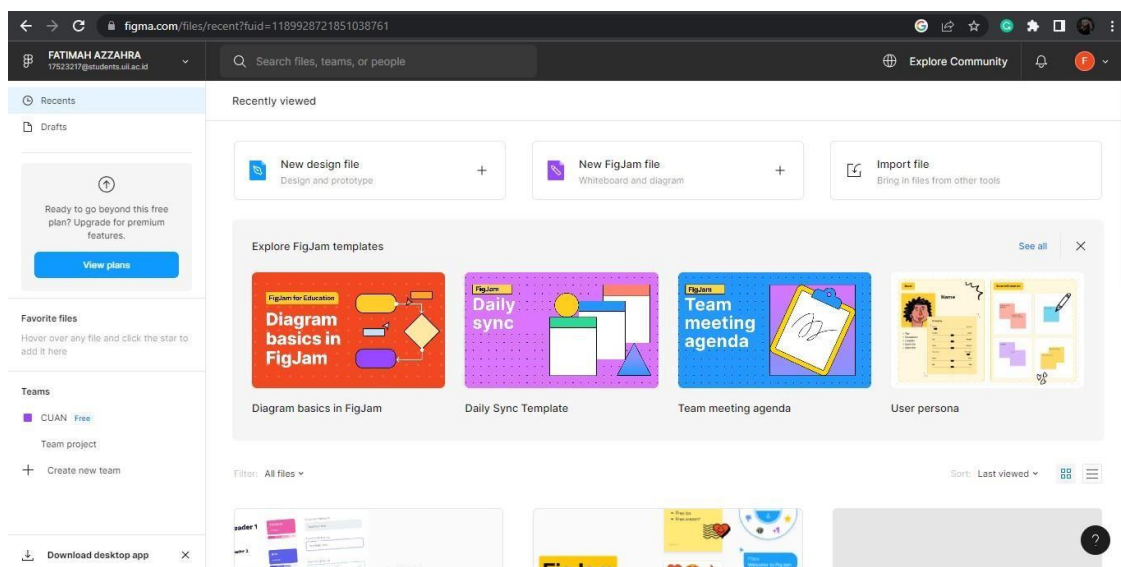
fitur *social e-commerce* yang memungkinkan pengguna maupun para kreator mempromosikan dan menjual produk sekaligus melakukan aktivitas belanja (TikTokShop, 2022). Dengan berjualan *online* di TikTok Shop, pengguna bisa mendapatkan penghasilan dari TikTok dan dapat meraup keuntungan dengan membuat konten, mengingat pengguna aplikasi ini juga tengah meningkat dengan pesat. Dengan kehadiran fitur belanja di aplikasi tersebut, aplikasi TikTok makin diminati oleh banyak orang karena dianggap sebagai platform yang multifungsi. Selain untuk mendapatkan beragam konten hiburan, pengguna jadi tidak perlu beralih aplikasi *marketplace* lain untuk berbelanja dan menyelesaikan transaksi seperti terlihat pada Gambar 2.2. Kehadiran aplikasi TikTok ini awalnya sempat ditolak dan diblokir di Indonesia pada 2018 lalu karena dianggap mengandung konten negatif. Namun, saat ini TikTok justru menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia.



Gambar 2.2 Tampilan beranda TikTokShop

2.2 FIGMA

Figma merupakan alat desain berupa *website* yang terhubung dengan *cloud* sehingga dapat digunakan kapan saja dan dimana saja melalui jaringan internet. Figma merupakan alat desain yang berbasis *vector*, sehingga lebih cocok jika digunakan untuk mendesain UI *website* atau *mobile* dan aset ilustrasi. Selain itu, Figma juga dapat dipergunakan untuk mengedit foto namun hanya dengan pengaturan dasar saja. Dengan *tools* ini pengguna dapat melakukan desain secara bersamaan dalam satu platform tanpa harus menjadikan satu secara manual. Selain itu pengguna tidak perlu meng-*install* untuk dapat menggunakan aplikasi ini. Hasil dari desain yang telah dibuat dapat disimpan atau di-*export* secara gratis. Hal inilah yang menjadi kelebihan Figma. *Tools* ini juga menyediakan beberapa template yang siap digunakan seperti pada Gambar 2.3. Selain itu Figma juga memberikan kemudahan untuk mendesain dalam satu waktu dan *realtime* secara dengan tim secara *online*(Santoso, 2022).



Gambar 2.3 Tampilan beranda Figma di browser

Seperti yang dilansir pada website resminya (Figma, 2017) Figma memiliki 4 fitur yang memudahkan pengguna dalam membuat desain yaitu sebagai berikut:

1. Design Features

Membuat *Web* menggunakan *Desain Features* pada Figma menjadi lebih mudah, hal tersebut dikarenakan Figma menyediakan alat pena modern yang dapat menggambar ke segala arah dengan *Vector Networks*. Untuk mengespresikan brand sepenuhnya Figma memiliki fitur font yaitu *OpenType*. Figma memiliki desain yang *responsive* dengan tata letak otomatis (*AutoLayout*) yang memudahkan untuk mengganti ukuran

tombol dan mengatur ulang saat item dipindahkan. Pengaturan *padding*, arah, dan jarak *AutoLayout* diterjemahkan langsung ke dalam kode, sehingga menyederhanakan penyerahan pengembang. Setiap pengguna dapat mengambil potongan kode yang dihasilkan untuk CSS, iOS, dan Android.

2. *Prototyping Features*

Membuat prototipe yang terasa seperti pengalaman nyata dengan mengubah *file* desain statis menjadi pengalaman interaktif yang tidak perlu *coding*. Cukup dengan menyambungkan elemen UI dan pilih interaksi dan animasi yang diinginkan. Fitur interaksi yang halus, seperti klik, sambil melayang, sambil menekan tombol, dan lainnya. Tampilan desain yang dibuat seperti saat menggunakan aplikasi seluler yang tersedia untuk iOS dan Android. Transisi tingkat lanjut dengan Smart Animate dapat menganimasikan objek serupa secara otomatis dan membuat transisi secara mendetail. Komentar yang ada dalam prototipe terbawa ke dalam file desain sehingga tidak ada yang hilang. Dengan begitu menyusun prototipe di Figma dapat dilakukan begitu cepat dan mudah. Prototipe yang dapat dibagikan dapat dilihat di mana saja dengan Internet.

3. *Design System*

Pencarian cepat menampilkan aset yang di cari dengan meyeret dan lepas ke file desain. Membuat gaya yang dapat digunakan dan diterapkan oleh siapa saja ke objek apa pun. Semuanya disimpan di satu tempat perpustakaan yang diisi dengan semua aset yang dapat dibagikan seperti ikon, latar belakang, gambar, avatar, font, dan lainnya. Komponen yang telah digunakan dapat digunakan Kembali untuk merapkan desain yang konsisten dengan elemen bersama yang intuitif untuk digunakan dan mudah ditukar. Komponen yang responsif dapat memetakan lebih dekat ke kode yang membuat penyerahan pengembang lebih lancar. Saat melakukan pembaruan pada komponen, gaya, dan aset, pastikan bahwa perubahan dicatat dalam riwayat versi mendetail. Selain itu terdapat fitur kontrol izin pengguna yang dapat mengelola siapa yang bisa menampilkan, mengedit, dan berkontribusi ke pustaka tim.

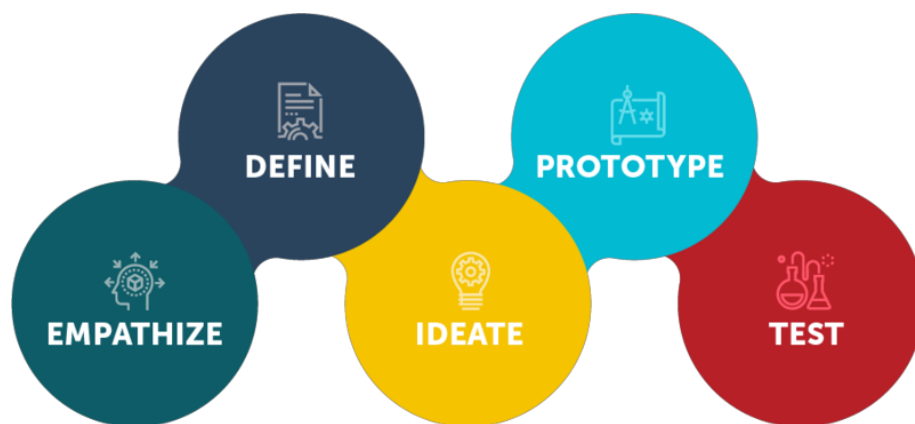
4. *Design Process*

Design Process dimulai dari ide, desain, hingga prototipe semuanya berada pada di satu tempat. Mengubah eksplorasi menjadi desain dan prototipe nyata, bersama-sama, dalam platform desain kolaboratif secara sinkron. Pada Figma berdiskusi tantangan desain dapat melalui obrolan audio atau kursor. Tidak lupa untuk melakukan peningkatan berkelanjutan untuk melindungi *file* siap produksi dan sistem desain dari

pembaruan yang tidak disetujui. Dengan menjaga sumber kebenaran, memisahkan barang dalam proses dari desain siap produksi, membuat struktur untuk iterasi dan menyiapkan sistem peninjauan dan persetujuan untuk melacak keputusan.

2.3 Design Thinking

Design Thinking merupakan sebuah pendekatan untuk menciptakan suatu solusi secara kreatif untuk memahami keinginan pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan ulang masalah sehingga menghasilkan produk yang inovatif. *Design Thinking* berfokus pada mengembangkan pemahaman tentang orang-orang yang merancang sebuah produk atau suatu layanan. Hal ini sangat berguna dalam mengamati dan mengembangkan empati kepada pengguna yang dituju. *Design Thinking* berguna dalam mengatasi masalah yang tidak jelas atau tidak diketahui, dengan membongkar ulang masalah (*reframing the problem*) dengan cara yang berpusat pada manusia (*human-centric*), menciptakan banyak ide dalam sesi *brainstorming*, dan mengadopsi pendekatan langsung dalam pembuatan *prototype* beserta pengujiannya. Metode ini telah banyak dikembangkan dan diterapkan di industri dan juga dunia pendidikan pada saat ini. Di Hasso Platter Institute (HPI), Stanford Design School dan IDEO, proses metode *Design Thinking* ini terdiri dari 5 langkah yaitu, *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Kelley & Brown, 2018) seperti terlihat pada Gambar 2.4.



Gambar 2.4 Tahapan metode Design Thinking

Sumber: Medium (2022)

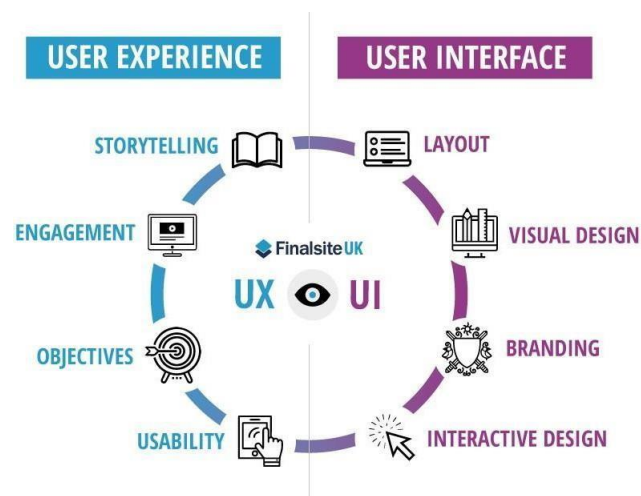
1. *Empathize*: Empati digunakan untuk memahami masalah yang dihadapi. Mengapa masalah timbul dan apakah mengganggu kenyamanan. Empati sangat penting untuk proses desain yang berpusat pada manusia seperti *Design Thinking*, dan empati

memungkinkan pemikir desain untuk mengesampingkan asumsi mereka sendiri tentang dunia untuk mendapatkan wawasan tentang pengguna dan kebutuhan mereka.

2. *Define*: Membingkai masalah dari informasi-informasi yang ada dengan tepat adalah satu-satunya cara untuk menciptakan solusi yang tepat. Tahap *Define* akan membantu para desainer dalam sebuah tim untuk mengumpulkan ide-ide hebat untuk membangun fitur, fungsi, dan elemen lain yang akan memungkinkan mereka untuk menyelesaikan masalah atau, paling tidak, memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan masalah sendiri dengan tingkat kesulitan minimal.
3. *Ideate*: Proses ini mengumpulkan berbagai ide yang muncul dan berbagai kemungkinan yang luas untuk memecahkan masalah dan menghasilkan solusi secara tepat. Penting untuk mendapatkan sebanyak mungkin ide atau solusi masalah. Kita harus memilih beberapa teknik Ideation lainnya pada akhir fase Ideation untuk membantu kita menyelidiki dan menguji ide-ide kita sehingga kita dapat menemukan cara terbaik untuk memecahkan masalah atau menyediakan elemen-elemen yang diperlukan untuk menghindarinya.
4. *Prototype*: Membangun *prototype* yang akan dijual sebagai hasil dari pemecahan masalah. Solusi diimplementasikan dalam *prototype*, dan satu per satu, mereka diselidiki dan diterima, diperbaiki dan diperiksa ulang, dan ditolak berdasarkan pengalaman pengguna. Pada akhir tahap ini, tim desain akan memiliki gagasan yang lebih baik tentang kendala yang melekat pada produk dan masalah yang ada, dan memiliki pandangan yang lebih jelas tentang bagaimana pengguna yang sebenarnya akan berperilaku, berpikir, dan rasakan ketika berinteraksi dengan bagian akhir produk.
5. *Test*: Tahap pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hasil produk sudah sesuai dengan yang konsumen harapkan. Desainer menguji produk lengkap secara ketat menggunakan solusi terbaik yang diidentifikasi selama fase prototyping. Ini adalah tahap akhir dari design thinking, tetapi dalam proses berulang, hasil yang dihasilkan selama fase testing sering digunakan untuk mendefinisikan kembali satu atau lebih masalah dan menginformasi pemahaman pengguna, kondisi penggunaan, bagaimana orang berpikir, berperilaku, dan merasakan, dan berempati. Bahkan selama fase ini, perubahan dan penyempurnaan dilakukan untuk menyingkirkan solusi masalah dan memperoleh pemahaman sedalam mungkin terhadap produk dan penggunaannya.

2.4 User Interface & User Experience

User Interface (UI) merupakan proses dimana menampilkan sebuah hasil dalam bentuk tampilan yang dapat dilihat oleh pengguna (*user*). Lebih tepatnya adalah bagian visual dari *website*, *software*, maupun *hardware* untuk *user* dapat berinteraksi. UI dapat dikatakan sebagai penghubung antara sistem dengan pengguna. Kesan pengguna terhadap UI sistem sangat berpengaruh terhadap pengalaman pengguna, apakah pengguna akan lanjut untuk menggunakan aplikasi atau tidak tertarik lagi untuk menggunakan aplikasi tersebut. *User Interface* bertujuan meningkatkan fungsionalitas serta *User Experience* dari pengguna. Sedangkan *User Experience* lebih berfokus pada pengalaman pengguna saat proses dimana pengguna dapat berinteraksi dengan *interface* secara baik dan nyaman (Knight, 2019). Perbedaan antara UI dan UX dapat dilihat pada Gambar 2.5.



Gambar 2. 5 Perbedaan User Experience dan User Interface

Sumber: Westley Knight (2019)

Untuk meningkatkan kualitas sebuah *website* terdapat teknik-teknik tertentu yang digunakan dalam *User Interface* (UI). Menurut (Schlatter & Levinson, 2012) memberikan sebuah panduan untuk menyusun sebuah desain aplikasi yang mudah digunakan dengan membaginya ke dalam beberapa komponen yang berpengaruh sebagai berikut :

1. *Consistency* : Konsistensi dari tampilan antarmuka pengguna.
2. *Hierarchy* : Penyusunan hirarki kepentingan dari obyek-obyek yang terdapat di dalam aplikasi.

3. *Personality* : Kesan pertama yang terlihat pada aplikasi yang menunjukkan ciri khas dari aplikasi tersebut.
4. *Layout* : Tata letak dari elemen-elemen di dalam sebuah aplikasi.
5. *Type* : Tipografi yang digunakan di dalam sebuah aplikasi.
6. *Color* : Penggunaan warna yang tepat digunakan pada sebuah aplikasi.
7. *Imagery* : Penggunaan gambar, *icon*, dan lainnya untuk menyampaikan informasi di dalam aplikasi.
8. *Control and Affordances*: Elemen dari antarmuka pengguna yang dapat digunakan orang untuk berinteraksi dengan sistem melalui sebuah layar.

Dari penjelasan di atas, desain tampilan antarmuka memiliki banyak sekali komponen yang harus diperhatikan ketika menyusun sebuah tampilan antarmuka pengguna yang mudah digunakan. Dalam penelitian ini ditentukan komponen yang akan dianalisis adalah *layout*, warna, dan kontrol karena ketiga komponen tersebut yang sering tampak berbeda dari beragam aplikasi. Untuk komponen *type* terdapat dua tipe dari *font* yang sangat memiliki perbedaan yaitu serif dan sans serif dan telah dibuktikan pada penelitian (Hojjati & Muniandy, 2014) bahwa *font* sans serif lebih tepat digunakan untuk media elektronik. Untuk komponen *imagery* dalam penelitian ini digabungkan menjadi satu dengan komponen kontrol karena penggunaan *icon*/gambar menjadi sebuah tombol. Sedangkan komponen lain seperti *consistency*, *hierarchy*, dan *personality* merupakan dasar dari prinsip mendesain sebuah tampilan antarmuka dan dapat memiliki arti yang sangat beragam sesuai dengan keinginan pengembang aplikasi.

Desain UI/UX digunakan untuk mengatur dan memodifikasi tampilan agar lebih menarik serta meningkatkan minat pengguna untuk mengakses aplikasi. Oleh karena itu peran dari *User Experience* sangatlah penting untuk menunjang visual yang baik dan tepat sasaran. Tujuan dari *User Experience* adalah untuk meningkatkan kepuasan pengguna saat mengakses sebuah tampilan, baik dari sisi *website*, *mobile*, maupun desktop. UI/UX memiliki keterkaitan yang erat dalam memberikan pengalaman kepada pengguna dalam mengakses aplikasi. Terdapat beberapa komponen dalam UI/UX, yaitu:

1. Informasi Arsitektur

Informasi arsitektur adalah struktur dari segala bentuk informasi yang ditampilkan kepada pengguna. Pada informasi arsitektur terdapat beberapa metode yang dibutuhkan dalam mengorganisir informasi, metode hierarki mengorganisir informasi dengan menggunakan konsep teori psikologi yang harus diperhatikan dalam fungsionalitas dan penyusunan aplikasi yang dibuat. Selain metode hierarki terdapat metode sekuensial

yang lebih menekankan proses analisis pada setiap informasi menjadi beberapa tahapan agar pengguna dapat mengingat informasi yang diberikan dengan lebih baik . Kemudian terdapat metode matriks yang memberikan tanggung jawab kepada pengguna dalam mengorganisir informasi.

2. Interaksi Desain

Interaksi desain merupakan bagaimana tentang menciptakan pengalaman pengguna (UX) yang meningkatkan dan menambah nyaman interaksi pengguna. Interaksi desain berarti merancang produk yang interaktif untuk membantu pengguna dalam berkomunikasi dan berinteraksi pada kehidupan sehari-hari. Interaksi ini berupa mengklik, menggeser, menekan fitur maupun tombol dalam aplikasi.

3. Fungsionalitas

Fungsionalitas merupakan komponen penting dalam desain UI/UX. Ukuran dari fungsionalitas ini dinilai dari seberapa mudah dan tepat fitur yang ada bagi pengguna merupakan hal yang penting bagi tampilan *website* maupun mobile.

4. Prototype

Prototype dirancang sesuai dengan hasil dari langkah-langkah sebelumnya yang akan menghasilkan sebuah gambar rancangan situs web. Hasil akhir dari *prototype* tersebut akan dikembangkan menjadi *software* oleh tim pengembang.

5. Desain Visual

Desain visual dibuat setelah gambaran rancangan situs web selesai. Dengan penambahan dan perubahan pada warna, *style*, *font*, dan sebagainya supaya bisa memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai desain awal dari aplikasi yang akan dibuat. Desain tampilan merupakan faktor utama dalam memikat pengguna yang membutuhkan konsistensi dalam pembuatan *User Interface* dan *User Experience* yang disesuaikan dengan kebiasaan dari pengguna.

2.5 Usability Testing

Usability testing merupakan proses evaluasi suatu produk/fitur untuk melihat tingkat kemudahan suatu *interface* bagi pengguna. *Usability Testing* atau disebut pengujian kegunaan secara rinci sebagai salah satu dari dua metode yang ditetapkan. *Usability Testing* adalah salah satu cara untuk memastikan bahwa sistem yang dimaksud sesuai untuk pengguna aktual dan tujuan mereka. Menurut Nielsen (Yunitasari, 2016) lima kriteria ketergunaan (*usability*) antara lain:

1. Pembelajaran (*Learnability*)

Seberapa mudah bagi pengguna untuk menyelesaikan tugas – tugas mereka untuk menemukan desain yang tepat dan cara mengukur untuk mengunjungi suatu *website*. *Learnability* mengukur tingkat kemudahan penggunaan melakukan tugas-tugas sederhana ketika pertama kali menemui suatu desain dari system yang mengacu pada pertanyaan: “Seberapa mudah pengguna mempelajari penggunaan *website*?” Faktor ini memiliki indikator atau kriteria yang dapat menunjukkan bahwa sebuah *website* telah memenuhi faktor *learnability* sebagai salah satu faktor dari keberhasilan performa aspek *usability*. Indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Easy to understand*: Website dapat dimengerti bagaimana penggunaannya dan dapat dimengerti tujuan atau informasi yang dapat diperoleh pada *website* tersebut dengan mudah.
- b. *Easy to look for specific information*: Pengguna dapat memperoleh informasi atau wawasan dari yang disajikan oleh konten website tersebut dengan mudah, dan informasi yang diperoleh tersebut bermanfaat bagi pengguna.
- c. *Easy to identify navigational mechanism*: Pengguna dapat mengidentifikasi mekanisme navigasi setiap fitur-fitur yang tersedia pada *website* dengan mudah.

2. Efisien (*Efficiency*)

Berapa banyak upaya yang diperlukan untuk menggunakan sistem untuk mencapai tugas-tugas itu dan dapat menyajikan informasi dengan cepat. *Efficiency* mengukur kecepatan mengerjakan tugas tertentu setelah mempelajari desain yang mengacu pada pertanyaan: “Seberapa cepat suatu tugas dikerjakan?” Faktor ini memiliki indikator atau kriteria yang dapat menunjukkan bahwa sebuah *website* telah memenuhi faktor *efficiency* sebagai salah satu faktor dari keberhasilan performa aspek *usability*. Indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Easy to reach quickly*: Pengguna dapat memperoleh informasi dan menuju fitur kebutuhannya, maupun menyelesaikan task secara cepat.
- b. *Easy to navigate*: Pengguna dapat menavigasi dirinya ataupun knowledge pengguna sendiri terhadap penggunaan *website* melalui penjelajahan fitur dan konten yang tersedia pada *website* dengan mudah.

3. Daya Ingat (*Memorability*)

Ketika pengguna kembali ke desain setelah periode tersebut tidak menggunakannya, seberapa mudah mereka dapat membangun kembali untuk meningkatkan kualitas

pengguna. *Memorability* melihat seberapa cepat pengguna mendapatkan kembali kecakapan dalam menggunakan desain tersebut ketika kembali setelah beberapa waktu yang mengacu pada pertanyaan: “Bagaimana kemampuan pengguna mempertahankan pengetahuannya setelah jangka waktu tertentu?” Faktor ini memiliki indikator atau kriteria yang dapat menunjukkan bahwa sebuah *website* telah memenuhi faktor *memorability* sebagai salah satu faktor dari keberhasilan performa aspek *usability*. Indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Easy to remember*: Website dan bagaimana penggunaannya dapat diingat dengan mudah oleh pengguna dalam menjelajahi setiap fitur dan konten yang terdapat pada website tersebut.
- b. *Easy to reestablish*: Website dapat diakses untuk digunakan kembali oleh pengguna dengan mudah, disertai dengan proses akses untuk penggunaan website yang sama dengan saat sebelumnya pengguna pernah mengakses.

4. Kesalahan (*Errors*)

Beberapa kesalahan yang dilakukan pengguna, seberapa parah kesalahan mudah mereka dapat pulih dari kesalahan. *Errors* melihat seberapa banyak kesalahan yang dilakukan pengguna, seberapa parah apa kesalahan yang dibuat, dan seberapa mudah apa mereka mendapatkan penyelesaiannya yang mengacu pada pertanyaan “Berapa banyak kesalahan dan kesalahan-kesalahan apa saja yang dibuat pengguna?” Faktor ini memiliki indikator atau kriteria yang dapat menunjukkan bahwa sebuah *website* telah memenuhi faktor *errors* sebagai salah satu faktor dari keberhasilan performa aspek *usability*. Indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Few number of errors detected*: Ditemukan sedikit error atau kesalahan yang terdeteksi pada website saat digunakan oleh pengguna dan kesalahan yang dilakukan oleh pengguna dalam penggunaan website juga terdeteksi minor.
- b. *Easy to fix*: Error yang terdeteksi dapat diperbaiki dengan mudah.

5. Kepuasan (*User's Satisfaction*)

User's satisfaction mengukur tingkat kepuasan dalam menggunakan desain yang mengacu pada pertanyaan: “Apakah pengguna puas terhadap web tersebut?”, “Apakah pengguna mendapat manfaat besar dari sistem tersebut?”, “Berapa lama sistem tersebut dipakai oleh pengguna untuk membantu pengambilan keputusan?” Faktor ini memiliki indikator atau kriteria yang dapat menunjukkan bahwa sebuah *website* telah memenuhi

faktor *satisfaction* sebagai salah satu faktor dari keberhasilan performa aspek *usability*. Indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *System pleasant to use*: Website memberikan kesan menyenangkan untuk digunakan oleh pengguna.
- b. *Comfort to use*: Pengguna merasa nyaman saat menggunakan website tanpa terbebani suatu terms & condition tertentu yang menyulitkan untuk mengakses website.

Usability testing merupakan tahap yang tidak kalah penting, karena test ini nantinya akan di gunakan atau dipakai oleh pengguna yang akan menggunakan aplikasi tersebut. Apabila terdapat beberapa masalah saat melakukan *testing*, peneliti akan mengumpulkan data dan memperbaiki berdasarkan prioritas dan permasalahan yang muncul. Dengan begitu pengembang dapat melihat bagaimana pengguna menggunakan aplikasi tersebut sesuai alur atau dan cara kerja aplikasi atau tidak. *Usability Testing* dapat membantu mengungkap masalah dalam desain aplikasi, mempelajari perilaku dan preferensi pengguna serta menemukan peluang untuk meningkatkan desain. Menurut (Moran, 2019) pengujian ini memiliki beberapa jenis yaitu:

1. *Qualitative usability testing*

Pengujian ini berfokus pada pengumpulan wawasan, temuan, dan anekdot tentang bagaimana orang menggunakan produk atau layanan. Pengujian kegunaan kualitatif paling baik untuk menemukan masalah dalam pengalaman pengguna. Bentuk pengujian kegunaan ini lebih umum daripada pengujian kegunaan kuantitatif.

2. *Quantitative usability testing*

Pengujian kuantitatif berfokus pada pengumpulan metrik yang menggambarkan pengalaman pengguna. Dua metrik yang paling umum dikumpulkan dalam pengujian kegunaan kuantitatif adalah keberhasilan tugas dan waktu tugas. Pengujian kegunaan kuantitatif adalah yang terbaik untuk mengumpulkan tolak ukur.

3. *Remote moderated*

Pengujian *remote moderated* bekerja sangat mirip dengan studi langsung. Fasilitator tetap berinteraksi dengan peserta dan memintanya untuk melakukan tugas. Namun, fasilitator dan peserta berada di lokasi fisik yang berbeda. Biasanya, pengujian yang dimoderasi dapat dilakukan menggunakan perangkat lunak berbagi layar seperti Skype atau Zoom.

4. *Remote unmoderated*

Pengujian *remote unmoderated* tidak memiliki interaksi fasilitator-peserta yang sama seperti tes tatap muka atau yang dimoderasi. Peneliti menggunakan alat pengujian jarak jauh online khusus untuk menyiapkan tugas tertulis bagi peserta. Kemudian, peserta menyelesaikan tugas tersebut secara mandiri. Alat pengujian memberikan instruksi tugas dan pertanyaan tindak lanjut pengujian. Setelah tes selesai, peneliti menerima rekaman sesi bersama dengan laporan seperti keberhasilan tugas.

Ada banyak jenis *usability testing*, tetapi elemen inti dalam sebagian besar *usability testing* adalah fasilitator, tugas, dan peserta seperti pada Gambar 2.6. Sesi *usability testing* melibatkan peserta dan fasilitator yang memberikan tugas kepada peserta dan mengamati perilaku peserta. Fasilitator juga dapat mengajukan pertanyaan lanjutan untuk memperoleh detail dari peserta.



Gambar 2. 6 Alur Usability Testing : Flow of Information

Sumber: NNGroup (2019)

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini metode *Design Thinking* digunakan untuk perancangan kembali tampilan pada aplikasi TikTokShop yang memiliki beberapa tahap seperti pada Gambar 3.1. Pada bab ini membahas mengenai analisis dan perancangan terhadap solusi yang dibuat berdasarkan pendekatan *Design Thinking* dimulai dari proses *emphaty* terhadap pengguna dengan melakukan wawancara, membagikan kuesioner pengalaman menggunakan aplikasi TikTokShop, dilanjutkan dengan memahami tujuan dan kebutuhan pengguna (*define*) yang akan menghasilkan *personas* dan alur pengguna saat menggunakan aplikasi, lalu dilanjutkan tahap *ideate* yaitu dengan memberikan rekomendasi perbaikan dan perancangan redesain. Kemudian dilanjutkan membuat tampilan (*User Interface*) menggunakan Figma yang merupakan tahapan *prototype*. Selanjutnya adalah tahap terakhir yaitu *test*, yang merupakan evaluasi *user experience* pada desain perbaikan menggunakan metode *usability testing*.



Gambar 3.1 Tahapan Design Thinking

Sumber: Teras Academy (2021)

3.1 Empathize

Pada tahap ini merupakan tahapan awal yaitu proses pengumpulan data. Tujuan dari *empathy* ini adalah untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan, perilaku, serta masalah yang dihadapi oleh pengguna dalam pengembangan redesain pada aplikasi TikTokShop. Tahapan *emphatize* pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan kuesioner. Tahap ini

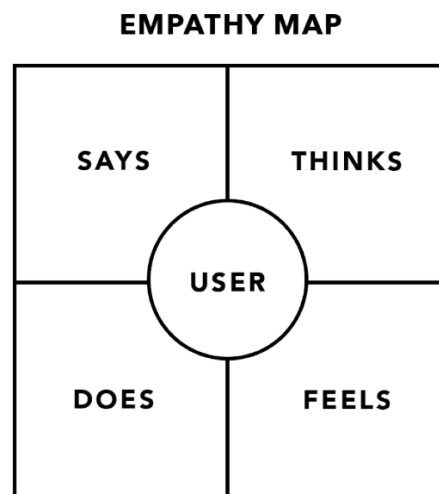
dilakukan dengan cara wawancara atau *user interview* kepada pengguna melalui platform *Google Meet* selama kurang lebih 30 menit per pengguna. Wawancara tersebut dilakukan secara *realtime* dan dilakukan secara acak sesuai waktu senggang responden pada aplikasi *Google Meet*. Wawancara dilakukan agar peneliti dapat mengetahui pengalaman yang dialami oleh pengguna dalam menggunakan aplikasi TikTokShop. Narasumber yang dipilih merupakan narasumber yang pernah melakukan transaksi pada aplikasi TikTokShop. Pemilihan narasumber dilakukan dengan mengambil beberapa responden pada hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada masyarakat umum. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan mengenai pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi TikTokShop yang dapat dilihat pada tabel 3.1. Hasil yang didapatkan dari wawancara disusun dan diolah yang kemudian dikelompokkan menggunakan *empathy map*.

Tabel 3.1 Tabel daftar pertanyaan pada kuisisioner

No.	Usabilitas (Usability)	Skala (sangat tidak setuju – sangat setuju)					Nilai Akhir
		1	2	3	4	5	
1.	Saya memahami cara bertransaksi menggunakan aplikasi TikTokShop.						
2.	Saya merasa mudah menggunakan aplikasi TikTokShop untuk membeli barang yang saya butuhkan.						
3.	Aplikasi TikTokShop memungkinkan saya untuk belanja kapan saja dan dimana saja.						
4.	Saya merasa lebih mudah belanja di aplikasi TikTokShop dibandingkan dengan aplikasi <i>e-commerce</i> lainnya.						
5.	Saya dapat menggunakan aplikasi TikTokShop tanpa buku panduan.						
6.	Saya selalu berbelanja di aplikasi TikTokShop.						
7.	Saya sering menggunakan aplikasi TikTokShop.						
8.	Saya selalu merekomendasikan aplikasi TikTokShop kepada teman saya.						
9.	Pemilihan warna pada tampilan TikTokShop sangat menarik.						
10.	Desain pada tampilan TikTokShop sangat menarik.						
11.	Fitur-fitur di aplikasi TikTokShop sangat lengkap.						
12.	Fitur-fitur di aplikasi TikTokShop lebih lengkap daripada aplikasi Shopee.						
13.	Saya belanja apapun di aplikasi TikTokShop.						
14.	Saya puas belanja di aplikasi TikTokShop daripada di aplikasi lain.						
Fungsionalitas (Functionality)							
15.	Aplikasi TikTokShop membantu untuk mendapatkan kebutuhan yang di inginkan.						
16.	Informasi yang ditampilkan sudah cukup informatif.						

17.	Saya kesulitan menyelesaikan proses pembelian pada aplikasi TikTokShop.						
18.	Saya dapat menyelesaikan proses checkout pada aplikasi TikTokShop dengan benar.						
19.	Saya kesulitan mencari beberapa fitur pada aplikasi TikTokShop.						
20.	Fitur dan tampilan pada aplikasi TikTokShop memerlukan perbaikan.						

Hasil dari wawancara akan dikelompokkan ke dalam *empathy map* yang terdapat masing-masing kuadran mewakili kategori yang dapat membantu dalam mempelajari empat pikiran pengguna. Keempat kuadran tersebut yaitu *says*, *thinks*, *feels*, dan *does*. *Empathy map* bermanfaat dalam memberikan informasi pengguna kepada tim UX Designer lainnya. Hasil yang didapatkan dari wawancara di kelompokkan ke dalam *empathy map* seperti pada Gambar 3.2 .



Gambar 3.2 Empathy Map

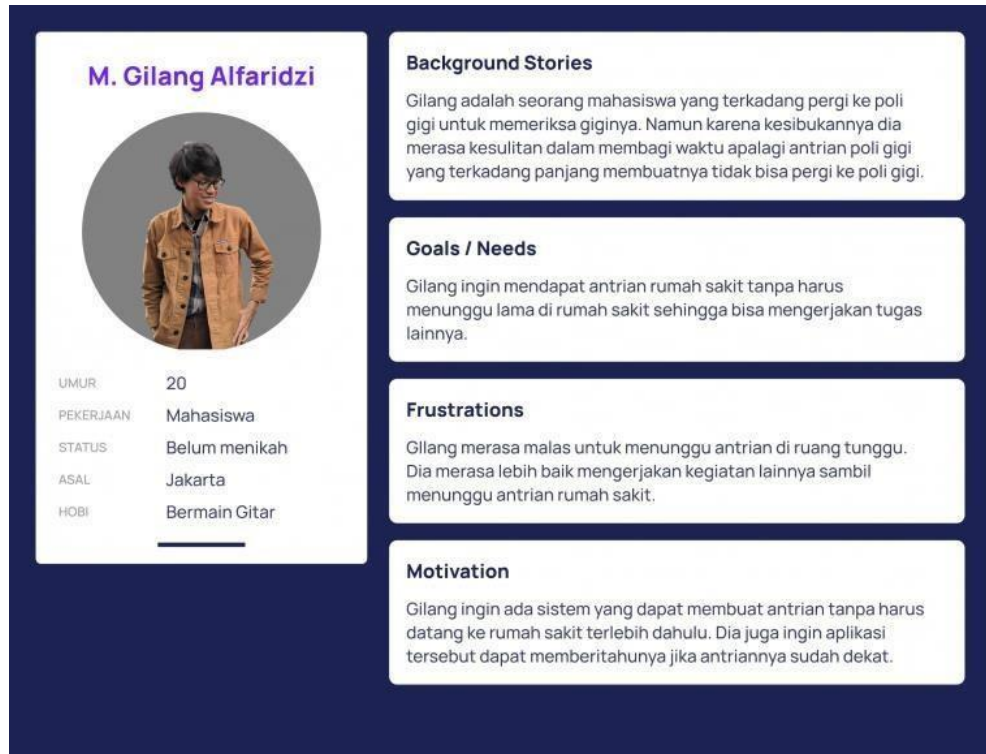
Sumber: NNGroup.com (2018)

Pada kuadran pertama terdapat *says* yang mencakup kutipan langsung dari user yang telah dikumpulkan dari wawancara dan hasil kuesioner. Kuadran kedua, *thinks* fokus pada pikiran pengguna dibandingkan pada yang mereka ungkapkan secara langsung. Pada kuadran ketiga, *feels* merupakan pembahasan soal emosional pengguna, terutama dalam aspek perasaan dan kekhawatiran pengguna. Kuadran terakhir, *does* ini mewakili hal-hal yang akan dilakukan oleh pengguna secara fisik serta detail perilaku tersebut (Sarah Gibbon, 2018).

3.2 Define

Proses *define* dilakukan setelah mengetahui fokus permasalahan yang dialami secara spesifik berdasarkan kebutuhan pengguna berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan pada proses *emphaty* dalam proses *define* sendiri bertujuan untuk memahami masalah serta kebutuhan pengguna. Pada tahapan ini, akan didefinisikan masalah yang didapat berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Masalah didapatkan dari hasil komunikasi dengan pengguna aplikasi akan menghasilkan apa kekurangan yang harus diperbaiki dan apa yang dibutuhkan dalam pengembangan. Proses ini akan menghasilkan *personas*.

Personas merupakan hasil dari olahan data *empathy map* yang didapat dari pengumpulan hasil wawancara. *Personas* sendiri berguna dalam pemetaan masalah dan dapat membantu dalam peimplementasian keinginan pengguna, serta dengan adanya proses ini dapat mengetahui apa saja fitur yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pengguna. Kemudian data yang didapat diolah berdasarkan *empathy map* dan hasil *interview*. Terdapat empat bagian *personas* yaitu data diri, *goals*, *frustration* dan *tasks* (Nielsen Norman Group, 2015). Data-data tersebut merupakan hasil dari *empathy map* dan wawancara. Proses yang dilakukan pada tahap ini adalah mengumpulkan keseluruhan fitur yang terdapat pada *personas*, setiap *personas* memiliki permasalahan dan kebutuhannya masing-masing, sehingga diperlukan pemetaan pada setiap masalah atau keinginan, guna pemetaan ini untuk mengetahui penyamaan tujuan dari setiap pengguna. Proses selanjutnya adalah memetakan berdasarkan kebutuhan yang serupa atau sama. Pemetaan kebutuhan pengguna seperti pada Gambar 3.3.

Gambar 3.3 Contoh *User Persona*

Sumber: UB Project

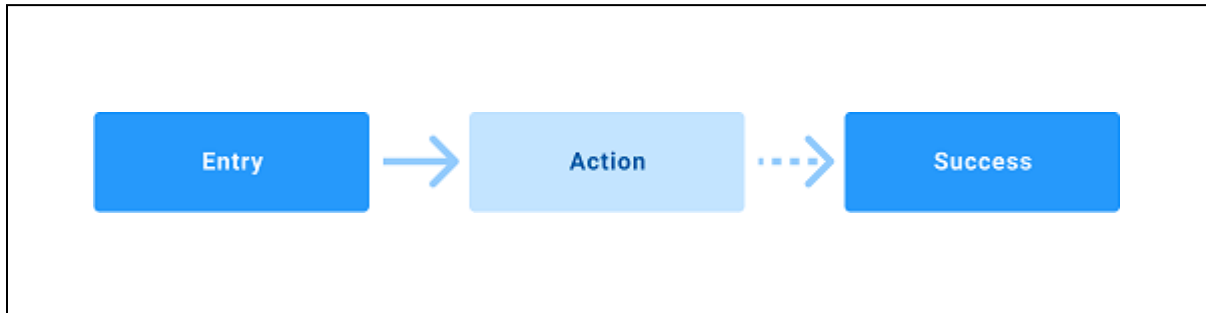
3.3 Ideate

Tahap *ideate* ini, merupakan kumpulan ide-ide berdasarkan permasalahan dan pengolahan data yang didapatkan pada tahap sebelumnya. *Ideate* memiliki arti mengumpulkan ide sebanyak banyaknya dengan cara menantang asumsi yang sudah ada kemudian mengembangkan ide untuk menciptakan solusi yang inovatif. Pada tahap *ideate* dilakukan pencarian solusi sebanyak-banyaknya lalu yang nantinya akan diambil salah satu untuk diimplementasikan, hasil dari tahap *ideate* ini akan menghasilkan *user flow* dan juga pembuatan *wireframe*.

3.3.1 User Flow

User flow digunakan untuk menggambarkan langkah-langkah atau sketsa alur yang dilakukan oleh pengguna untuk mencapai tujuannya. *User flow* berfokus pada bagaimana cara pengguna berinteraksi dengan produk. *User flow* menekankan pada pernyataan bahwa setiap pengguna mungkin saja tidak melakukan alur yang sama pada setiap *task*. *User flow* dibuat bertujuan agar *prototype* yang dikembangkan lebih *user-friendly*. Dalam pembuatan *user flow* terdapat beberapa tahap yaitu mengetahui kebutuhan fitur dan membuat alur yang harus dilakukan oleh pengguna. *User flow* yang digunakan merupakan tipe *task flow*, tipe ini

merupakan diagram untuk menggambarkan sebuah pekerjaan dengan satu tujuan saja. Contoh *user flow* dapat dilihat pada Gambar 3.4.

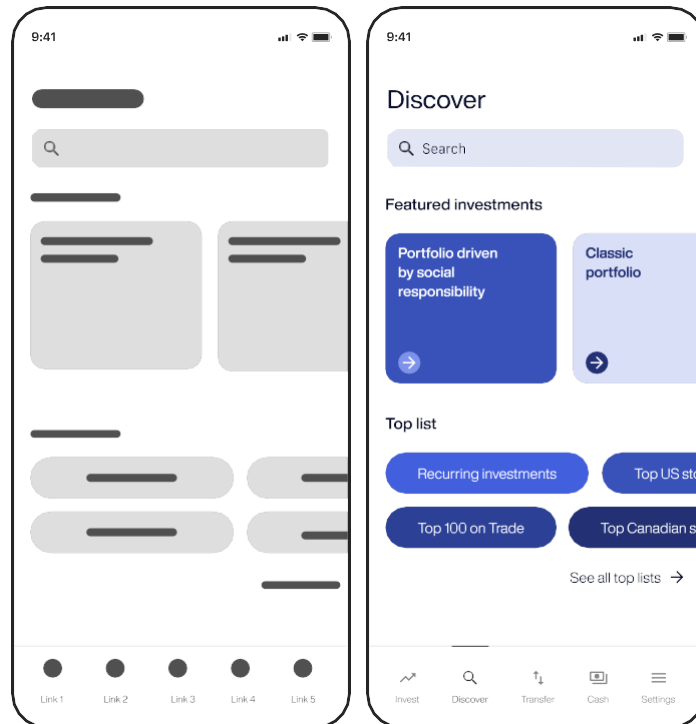


Gambar 3.4 Contoh *User Flow*

Sumber: Careerfoundry (2023)

3.3.2 Wireframe

Wireframe merupakan sebuah proses yang dihasilkan dari proses *emphaty* hingga *define*. Berdasarkan dari observasi yang telah dilakukan dengan metode *emphaty* map dan personas desain antarmuka yang dibuat harus didesain dengan sederhana dan mudah untuk digunakan, namun tanpa menghilangkan fungsi dari fitur-fitur yang diinginkan pengguna, sehingga diharapkan dapat menjawab keinginan pengguna. *Wireframe* ini merupakan acuan dalam pembuatan *prototype* sebelum nantinya akan disempurnakan. *Wireframe* hanya menampilkan halaman yang terdiri dari kotak dan garis untuk mengatur tata letak elemen yang berbeda pada halaman web atau aplikasi. Peneliti akan membuat *wireframe* menggunakan *tools* Figma. *Wireframe* yang dibuat berupa *low fidelity* dan *high fidelity*. *Low fidelity* merupakan *wireframe* dengan desain kasar yang dibuat tanpa pengukuran yang detail, jelas, dan terperinci. Desain ini sangat sederhana dan perlu dikembangkan lebih lanjut. Sedangkan *high fidelity* merupakan *wireframe* yang lebih detail dari *low fidelity*. *High fidelity* dibuat dengan mempertimbangkan layar tata letak piksel tertentu dan desain atau elemen di dalamnya diuraikan dengan jelas. Perbedaan *wireframe low fidelity* dengan *high fidelity* dapat dilihat pada gambar 3.5.



Gambar 3.5 Perbedaan gambar *low fidelity* dan *high fidelity*

Sumber: Decode Agency (2023)

3.4 Prototype

Tahap implementasi merupakan tahap *prototype* yang ada pada *Design Thinking*. Pada tahapan ini dilakukan implementasi desain ke sebuah bentuk *prototype* berdasarkan *wireframe* yang dibuat pada tahap sebelumnya serta solusi yang telah ditentukan. *Prototype* akan dibuat sederhana untuk menguji tampilan *mockups* terhadap pengguna, apakah nanti tampilannya sudah berfungsi sesuai dengan keinginan pengguna. Dalam proses implementasi, peneliti menggunakan *tools* Figma untuk membuat tampilan redesign TikTokShop. Hasil dari implementasi berupa antarmuka/*user interface* yang nantinya dapat diuji. Proses ini dimulai dari pembuatan *style guide user interface* sebagai panduan desainer dalam merancang antarmuka aplikasi. Pembuatan *prototype* dilakukan sesuai dengan hasil proses *define* dan *ideate* agar desain yang dihasilkan sesuai dengan keinginan pengguna untuk tampilan aplikasi TikTokShop.

3.5 Test

Tahap terakhir dari *Design Thinking* adalah melakukan uji coba (*testing*) terhadap pengguna. Untuk mengetahui sejauh mana pengguna dapat dengan mudah dan nyaman dalam menggunakan aplikasi maka diperlukan sebuah pengujian. Pengujian dilakukan untuk

mendapatkan *feedback* dari pengguna dan memperbaiki solusi sesuai dengan kebutuhan pengguna serta membuat produk menjadi lebih baik.

Pada penelitian ini menggunakan metode *Usability Testing* untuk menguji tampilan aplikasi yang sudah di redesain. Pengujian dilakukan dengan wawancara secara online kepada partisipan. Pengujian dilakukan dengan melibatkan 10 partisipan dan dibagi menjadi dua kondisi atau kelompok yaitu 7 orang sebagai partisipan yang sebelumnya dijadikan *personas* dan 3 orang dipilih secara acak.

Jenis pengujian yang akan digunakan yaitu *remote moderated*. Pada pengujian ini fasilitator akan berinteraksi dengan peserta dan melakukan beberapa perintah. Namun, fasilitator dan peserta berada di lokasi fisik yang berbeda. Pengujian ini dilakukan secara *online* melalui Zoom. Pengujian ini dilakukan secara *online* karena mengingat geografis dan kesibukan peserta pengujian serta peneliti tidak memiliki cukup waktu untuk bertemu secara langsung dengan setiap peserta secara bersamaan maupun individu.

Pengujian yang dimoderasi jarak jauh (*remote moderated*) menggabungkan keuntungan dari kedua metode secara langsung dan tidak dimoderasi jarak jauh yaitu dapat memberikan hasil berkualitas tinggi (sebanding dengan pengujian langsung), tetapi nyaman dan murah (seperti jarak jauh yang tidak dimoderasi). Manfaat pengujian kegunaan yang dimoderasi jarak jauh (*remote moderated*) meliputi:

1. Fasilitator dapat mengubah, melewatkan, dan menyusun ulang tugas sesuai kebutuhan.
2. Fasilitator dapat mengajukan pertanyaan lanjutan atau untuk klarifikasi jika diperlukan.
3. Peserta cenderung tidak menghabiskan waktu untuk aktivitas yang tidak terkait dengan tes.
4. Situasinya mungkin terasa lebih alami daripada berbicara keras kepada diri sendiri.
5. Sesi pengujian bisa lebih lama (biasanya sekitar satu jam) dan menyisakan ruang untuk eksplorasi desain yang mendalam.
6. Tim dapat menonton tes pada saat yang sama dan mendiskusikan temuannya segera setelah sesi.

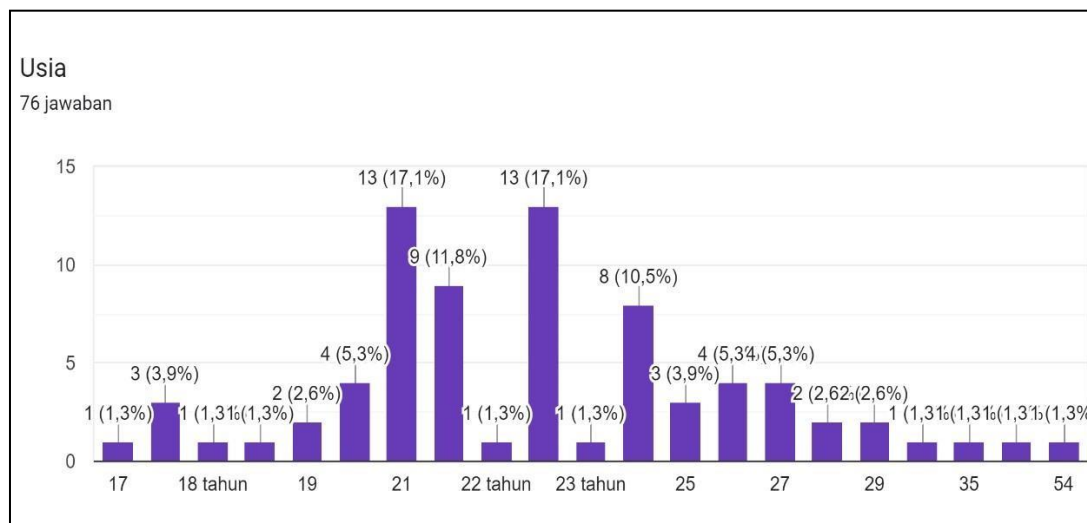
BAB IV PERANCANGAN & IMPLEMENTASI

4.1 Emphatize

Pada tahap *empathize* peneliti melakukan riset dengan melakukan wawancara dan membagikan kuesioner. Tahap wawancara atau *user interview* kepada pengguna dilakukan melalui platform Google Meet selama kurang lebih 30 menit per pengguna. Wawancara tersebut dilakukan secara *realtime* dan dilakukan secara acak sesuai waktu senggang responden pada aplikasi Google Meet. Adapun proses yang dilakukan saat melakukan wawancara dan membagikan kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

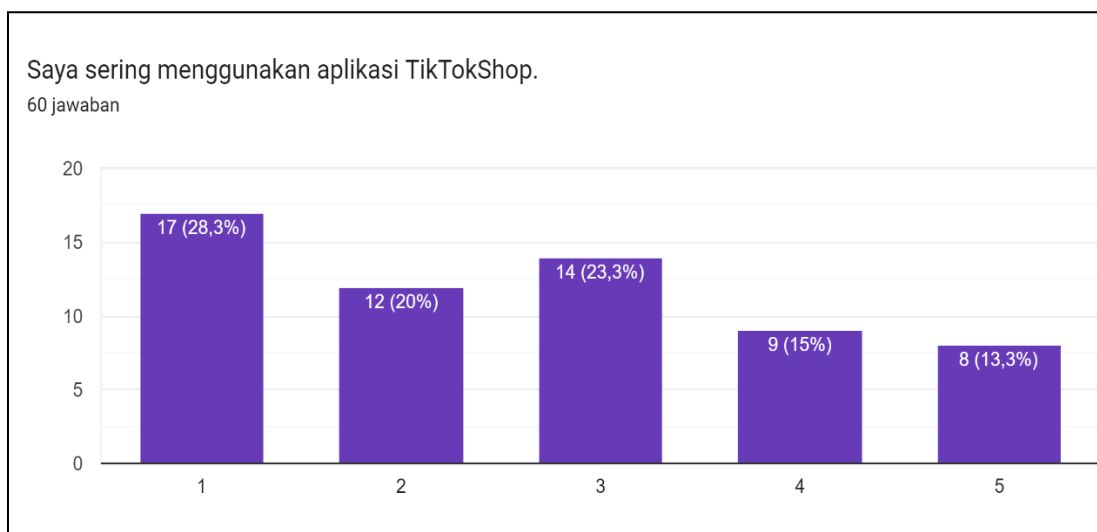
Penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form* kepada masyarakat umum melalui media sosial. Hasil dari penyebaran kuesioner dapat di lihat pada Gambar 4.1 sampai dengan Gambar 4.7.



Gambar 4. 1 Grafik batang rentang usia responden kuesioner.



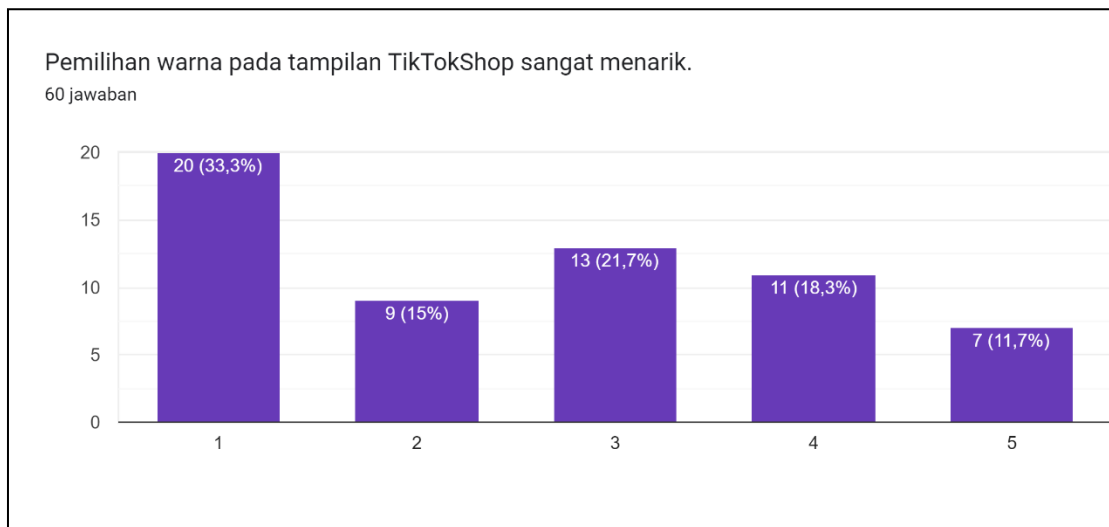
Gambar 4. 2 Diagram responden kuesioner yang menggunakan aplikasi TikTokShop.



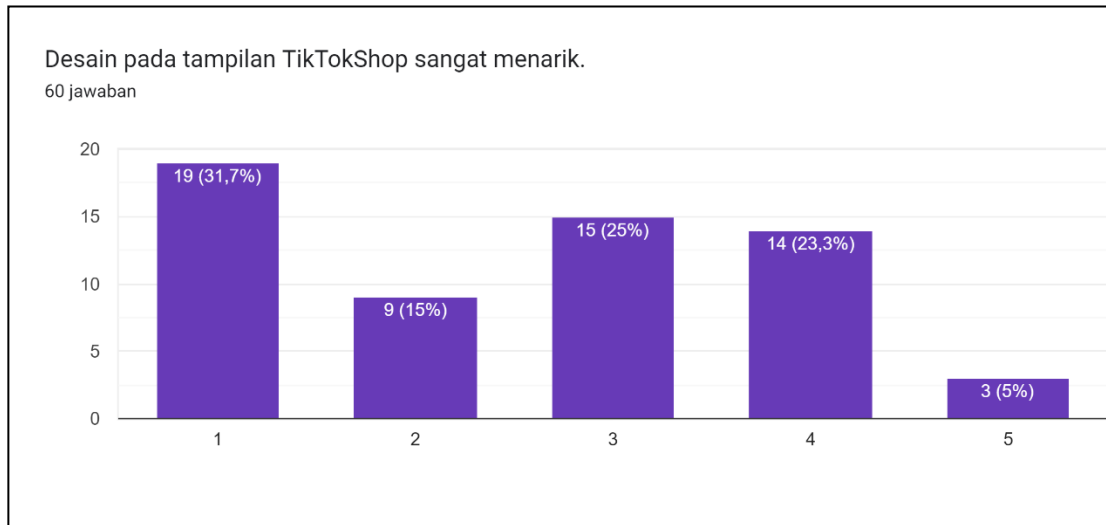
Gambar 4. 3 Grafik batang pengguna yang sering menggunakan aplikasi TikTokShop.



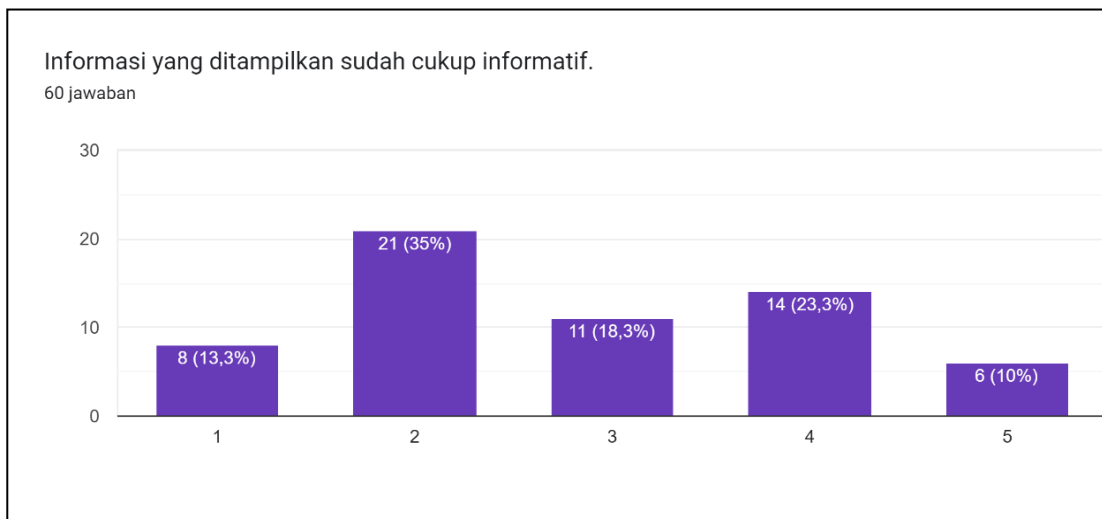
Gambar 4.4 Grafik batang hasil fitur dan tampilan
TikTokShop memerlukan perbaikan.



Gambar 4.5 Grafik batang hasil pemilihan warna tampilan
TikTokShop sangat menarik



Gambar 4.6 Grafik batang hasil desain tampilan TikTokShop sangat menarik.



Gambar 4 7 Grafik batang hasil informasi yang ditampilkan pada TikTokShop sudah cukup informatif.

Dari hasil kuesioner yang telah didapatkan, peneliti menarik kesimpulan permasalahan sebagai berikut:

- Fitur dan tampilan pada aplikasi TikTokShop memerlukan perbaikan.
- Pemilihan warna pada tampilan TikTokShop kurang menarik
- Desain pada tampilan TikTokShop tidak menarik.

- Informasi yang ditampilkan kurang informatif.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara online melalui *Google Meet* seperti terlihat pada Gambar 4.5. Narasumber dipilih dari 10 responden yang telah mengisi kuesioner “Pengalaman Pengguna TikTokShop”. Wawancara dilakukan dengan satu per satu secara terpisah dengan narasumber lainnya. Saat wawancara berlangsung, narasumber diberikan pertanyaan terkait pengalaman narasumber selama menggunakan aplikasi TikTokShop. Narasumber diminta untuk memberikan masukan-masukan mengenai aplikasi TikTokShop.



Gambar 4.8 Wawancara narasumber melalui *Google Meet*

Hasil dari wawancara dikelompokkan ke dalam *empathy map* yang terdapat masing-masing kuadran mewakili kategori yang dapat membantu dalam mempelajari empat pikiran pengguna. Keempat kuadran tersebut yaitu *says*, *thinks*, *feels*, dan *does*. Hasil dari wawancara 10 narasumber di kelompokkan ke dalam *empathy map* dapat dilihat pada Gambar 4.6.

Gambar 4.9 *Empathy Map*

4.2 Define

Proses *define* dilakukan berdasarkan hasil pengamatan yang pada proses *emphaty* untuk memahami masalah serta kebutuhan pengguna. Tahap *define* merupakan tahap mendefenisikan masalah yang didapat berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Hasil dari komunikasi dengan pengguna aplikasi akan muncul permasalahan seperti kekurangan apa yang harus diperbaiki dan apa yang dibutuhkan dalam pengembangan. Proses *define* ini menghasilkan *personas*.

Personas merupakan hasil dari olahan data *emphaty map* yang didapat dari pengumpulan hasil wawancara. *Personas* sendiri berguna dalam pemetaan masalah dan dapat membantu dalam pengimplementasian keinginan pengguna, serta dengan adanya proses ini dapat mengetahui apa saja fitur yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pengguna. Proses yang dilakukan pada tahap ini adalah mengumpulkan keseluruhan fitur yang terdapat pada *personas*, setiap *personas* memiliki permasalahan dan kebutuhannya masing-masing, sehingga diperlukan pemetaan pada setiap masalah atau keinginan, guna pemetaan ini untuk mengetahui

penyamaan tujuan dari setiap pengguna. Proses selanjutnya adalah memetakan berdasarkan kebutuhan yang serupa atau sama. Pemetaan kebutuhan pengguna seperti pada Tabel 4.1.

Tabel 4. 1 Pemetaan *user persona*

No.	Nama	Usia	Keluhan	Goals
1.	Balqis	22 th	Tampilan terlalu sederhana.	Layout yang menarik dan tidak membosankan.
2.	Dila	20 th	Diskon atau produk flashsale kurang jelas.	Dapat mencari produk flashsale dengan mudah.
3.	Gesti	19 th	Tampilan membosankan.	Layout menarik yang membuat betah untuk eksplorasi
4.	Nita	24 th	Informasi produk kurang jelas.	Mendapatkan informasi produk dengan jelas dan sesuai.
5.	Tanjung	23 th	Sulit mengganti alamat.	Mengganti data profile dengan mudah.
6.	Agus	23 th	Tampilan yang kurang rapi menjadikan kurang tertarik.	Tata letak yang mudah dipahami dan menarik.
7.	Tofa	24 th	Tampilan kurang menarik.	Bereksplorasi dengan tampilan yang menarik dan tidak membosankan.
8.	Manda	28 th	Beberapa font kurang jelas dan kesulitan mencari fitur.	Informasi yang diberikan dapat dipahami dengan jelas dan mudah ditemukan.
9.	Arif	30 th	Bingung memilih metode pembayaran.	Memesan produk dengan pembayaran yang mudah digunakan.
10.	Yanto	27 th	Terlalu lama menemukan fitur-fitur yang dicari.	Dapat langsung melihat fitur-fitur yang ada pada aplikasi.

4.3 Ideate

Setelah memetakan kebutuhan pengguna, tahap selanjutnya yaitu mengumpulkan ide-ide berdasarkan permasalahan dan kebutuhan pengguna pada proses sebelumnya. *Ideate* yang memiliki arti menggali ide dengan cara menantang asumsi yang sudah ada kemudian mengembangkan ide untuk menciptakan solusi yang inovatif. Pada tahap *ideate* ini dilakukan pencarian solusi sebanyak-banyaknya lalu diambil salah satu untuk diimplementasikan, hasil dari tahap *ideate* ini menghasilkan *user flow* dan *wireframe*.

4.3.1 User Flow

User flow yang digunakan merupakan tipe *task flow*, yang merupakan diagram untuk menggambarkan sebuah pekerjaan dengan satu tujuan saja. *User flow* menggambarkan sketsa alur yang harus dilakukan oleh pengguna untuk mencapai tujuannya.

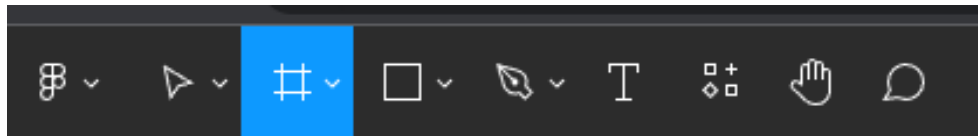
User flow ini berfungsi sebagai petunjuk alur penggunaan aplikasi TikTokShop dan mempermudah *user* untuk menggunakan aplikasi. *User flow* ini mencakup dari tahap *user* membuka aplikasi hingga *user* melakukan tahap pembayaran. *Userflow* dibuat menggunakan Figma. Hasil *userflow* pemesanan produk pada aplikasi TikTokShop dapat dilihat pada Gambar 4.7.



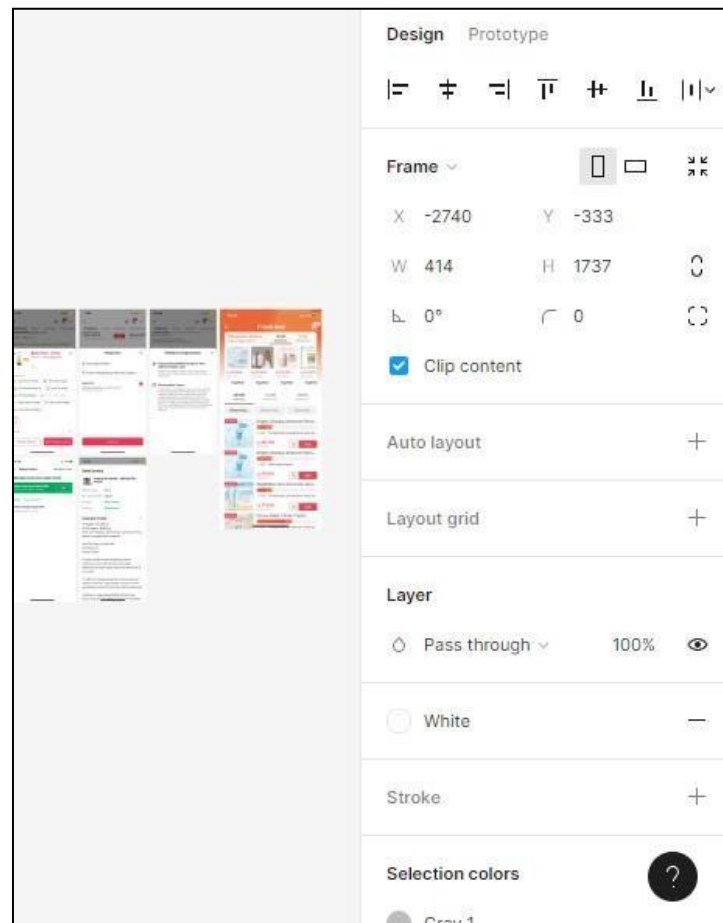
Gambar 4.10 *User Flow* Pemesanan produk

4.3.2 Wireframe

Wireframe menampilkan halaman yang terdiri dari kotak dan garis untuk mengatur tata letak elemen yang berbeda pada halaman web atau aplikasi. Peneliti membuat *wireframe* dengan menggunakan *tools* Figma. *Wireframe* yang dibuat berupa *low fidelity* dan *high fidelity*. *Low fidelity* merupakan *wireframe* dengan desain kasar yang dibuat tanpa pengukuran yang detail, jelas, dan terperinci. Sedangkan *high fidelity* merupakan *wireframe* yang lebih detail dari *low fidelity*. *High fidelity* dibuat dengan mempertimbangkan layar tata letak piksel tertentu dan desain atau elemen di dalamnya diuraikan dengan jelas. Pembuatan *wireframe* dengan Figma diawali dengan membuat kerangka atau *frame* menggunakan *Region Tools > Frame* yang ditunjukkan pada Gambar 4.8. Kemudian untuk mengatur ukuran *frame* dapat di atur pada bagian sebelah kanan halaman dapat dilihat pada Gambar 4.9.

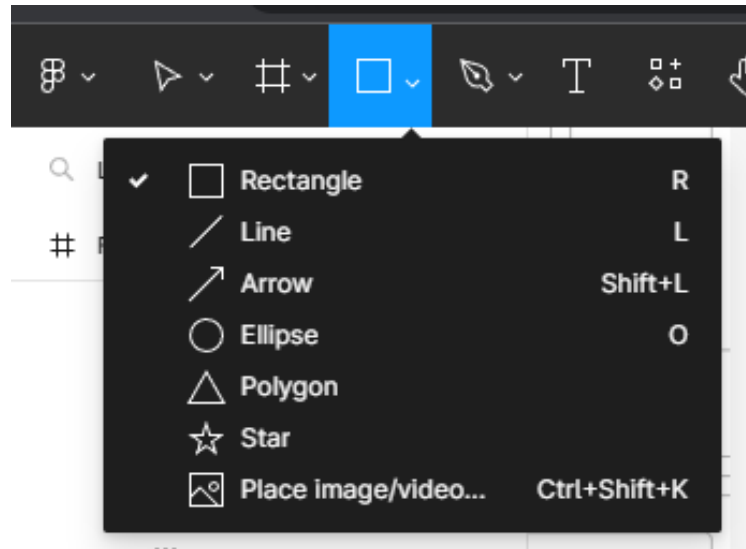


Gambar 4.11 *Tool Frame* yang digunakan untuk membuat kerangka tampilan



Gambar 4.12 Tampilan *design layout frame*

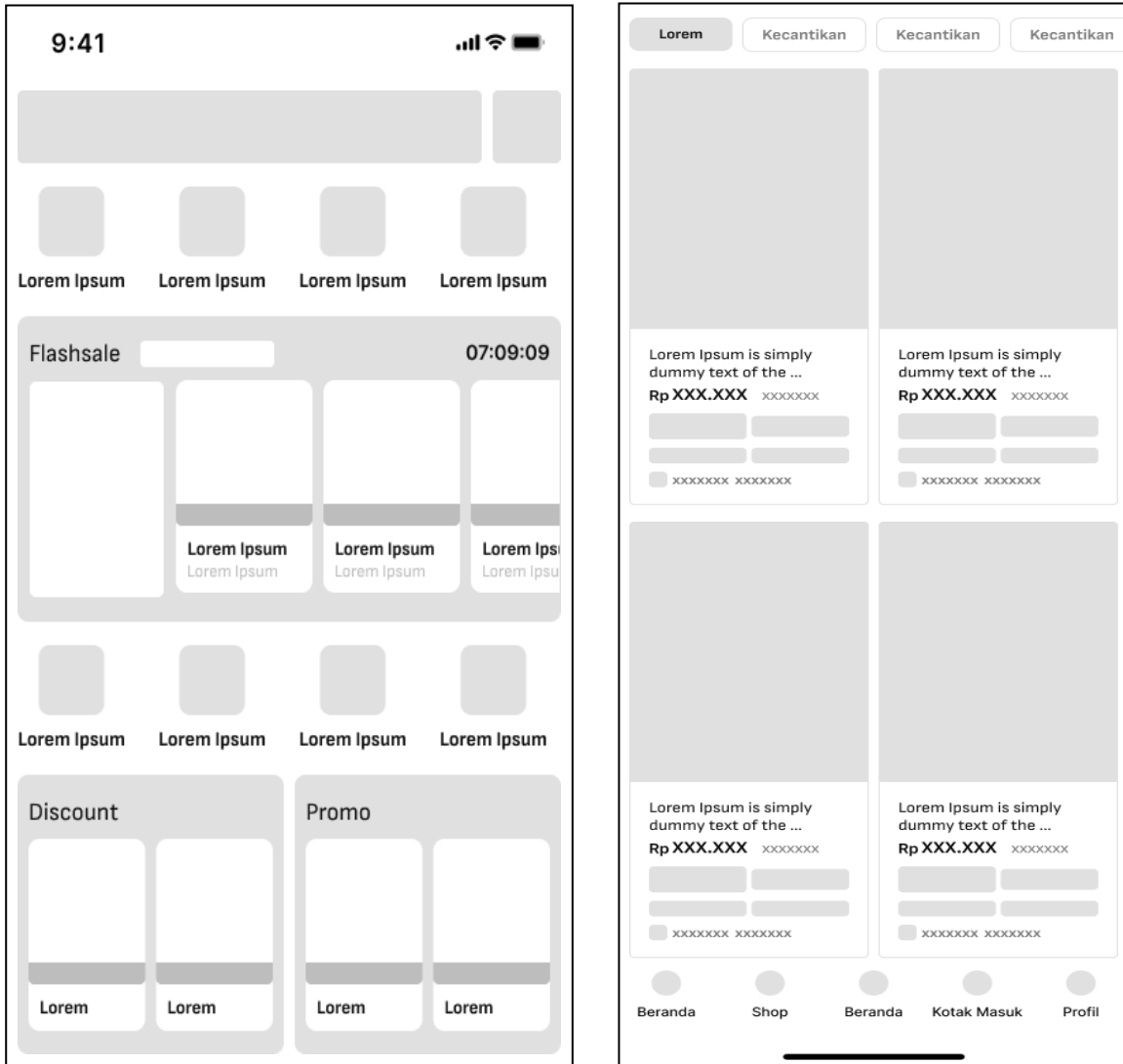
Untuk memberikan tulisan pada frame, menggunakan *tool Text* yang berada di toolbar bagian atas. Ukuran dan jenis *font* dapat disesuaikan pada *design layout*. Sedangkan untuk menambahkan gambar atau foto dapat menggunakan *Shape Tools > Place image/video* seperti pada gambar 4.10.



Gambar 4.13 Tampilan *Shape Tools*

a. *Wireframe Low Fidelity* halaman beranda

Wireframe low fidelity ini merupakan halaman utama pengguna, pada halaman ini terdapat menu navigation bar yaitu menu beranda, shop, kotak masuk, profil yang dapat dilihat pada Gambar 4.11. Halaman ini merupakan halaman pembuka TikTokShop yang nantinya akan berisi informasi produk-produk yang dijual serta terdapat fitur-fitur lainnya seperti pencarian, pesanan, chat, pulsa, riwayat, pembayaran, bantuan, dan lainnya.



Gambar 4.14 *Wireframe low fidelity* halaman beranda TikTokShop

b. *Wireframe Low Fidelity* halaman rincian produk

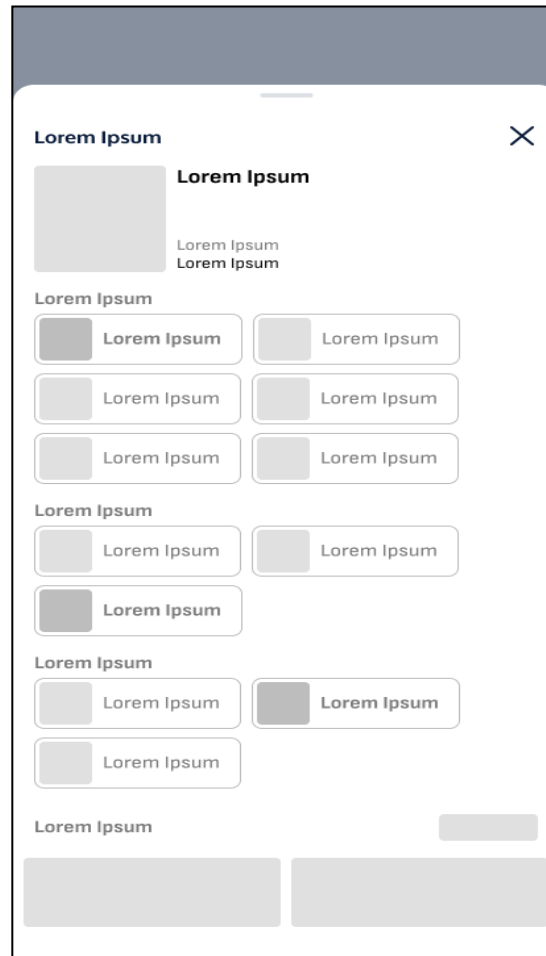
Wireframe low fidelity halaman rincian produk dapat dilihat pada Gambar 4.12 yang akan berisikan foto produk yang dijual, deskripsi produk, informasi promo, informasi pengiriman serta ulasan dari pelanggan. Pada halaman ini juga akan terdapat fitur toko, chat, tambah ke troli dan beli sekarang.



Gambar 4.15 *Wireframe low fidelity* halaman rincian produk

c. *Wireframe Low Fidelity* halaman pilih varian produk

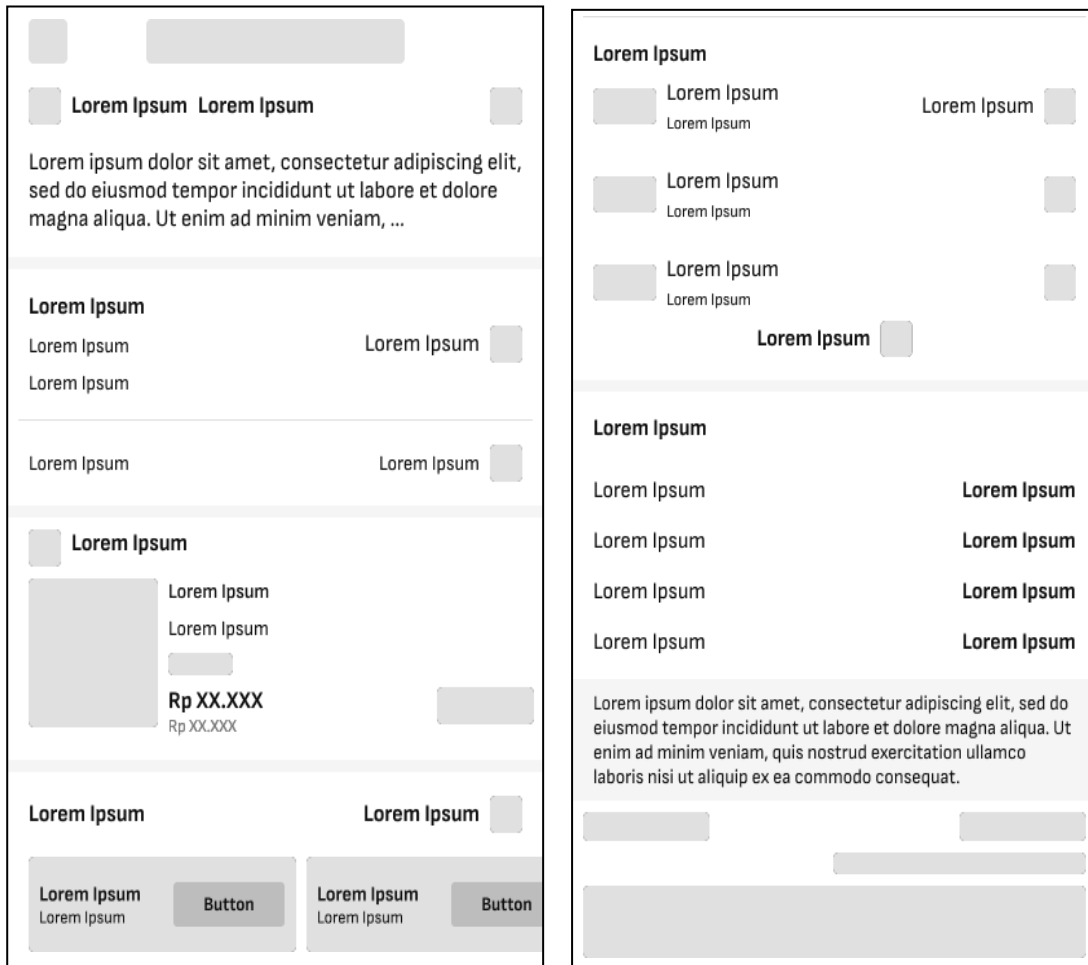
Wireframe low fidelity halaman pilih varian produk dapat dilihat pada Gambar 4.13 yang akan berisikan foto produk yang dijual, pilihan varian produk, harga produk, dan jumlah item yang akan dipesan. Pada halaman ini juga akan terdapat beberapa pilihan varian produk misalnya ukuran, warna, dan model produk.



Gambar 4.16 *Wireframe low fidelity* halaman pilih varian produk

d. *Wireframe Low Fidelity* halaman ringkasan pesanan

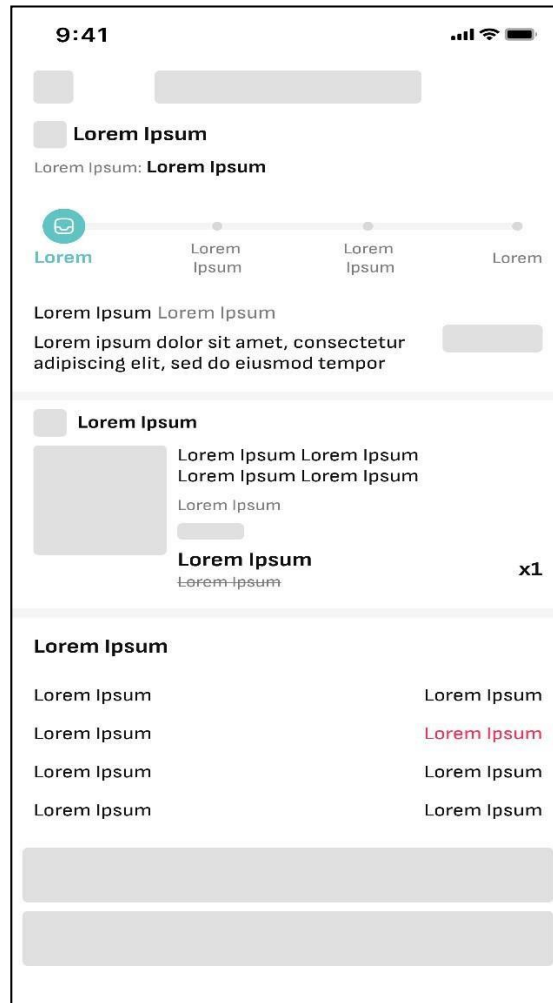
Wireframe low fidelity halaman ringkasan pesanan akan memberikan rincian informasi pesanan produk yang akan dipesan. Pada bagian atas akan terdapat rincian alamat pengguna yang akan menjadi tujuan pesanan yang dikirimkan. Kemudian pada bagian selanjutnya akan terdapat rincian produk yang dipesan meliputi judul produk, varian produk, harga produk, dan jumlah produk yang dipesan. Di bawahnya akan terdapat informasi pengiriman yang meliputi jenis pengiriman, asal pengiriman, estimasi pengiriman dan ongkos kirim. Selanjutnya pada metode pembayaran akan berada dibawah kumpulan voucher atau promo dapat dilihat pada Gambar 4.14.



Gambar 4.17 *Wireframe low fidelity* ringkasan pesanan

e. *Wireframe Low Fidelity* halaman rincian pesanan

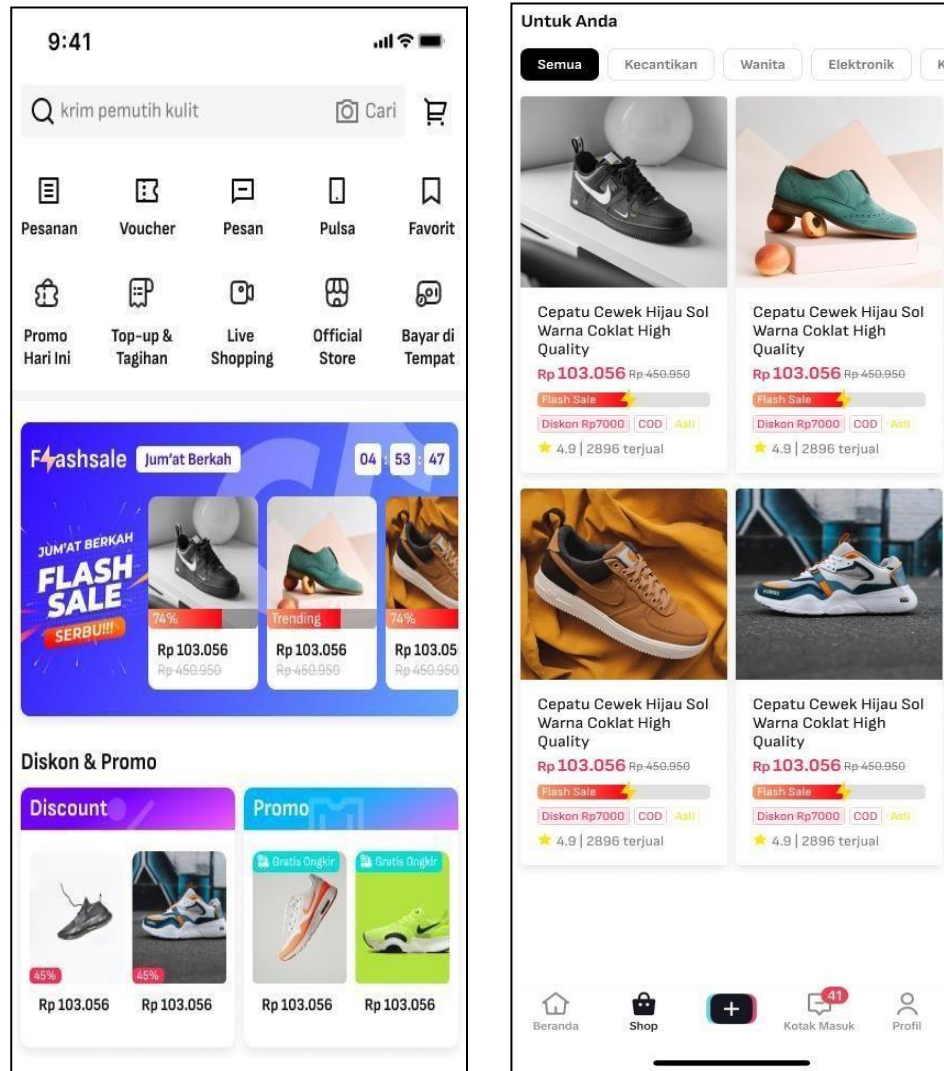
Wireframe low fidelity halaman rincian pesanan akan memberikan rincian informasi pesanan produk yang sudah dipesan. Pada bagian atas akan terdapat rincian pesanan dibuat dan estimasi pengantaran. Kemudian terdapat icon proses pesanan yang menandakan perjalanan proses pesanan tersebut. Terdapat alamat pengguna yang akan menjadi tujuan pesanan yang dikirimkan dan di bawahnya akan terdapat rincian produk yang dipesan meliputi judul produk, varian produk, harga produk, dan jumlah produk yang dipesan. Pada bagian bawah halaman akan terdapat *button* hubungi penjual dan batalkan pesanan seperti pada Gambar 4.15.



Gambar 4.18 *Wireframe low fidelity* halaman rincian pesanan

f. *Wireframe High Fidelity* halaman beranda TikTokShop

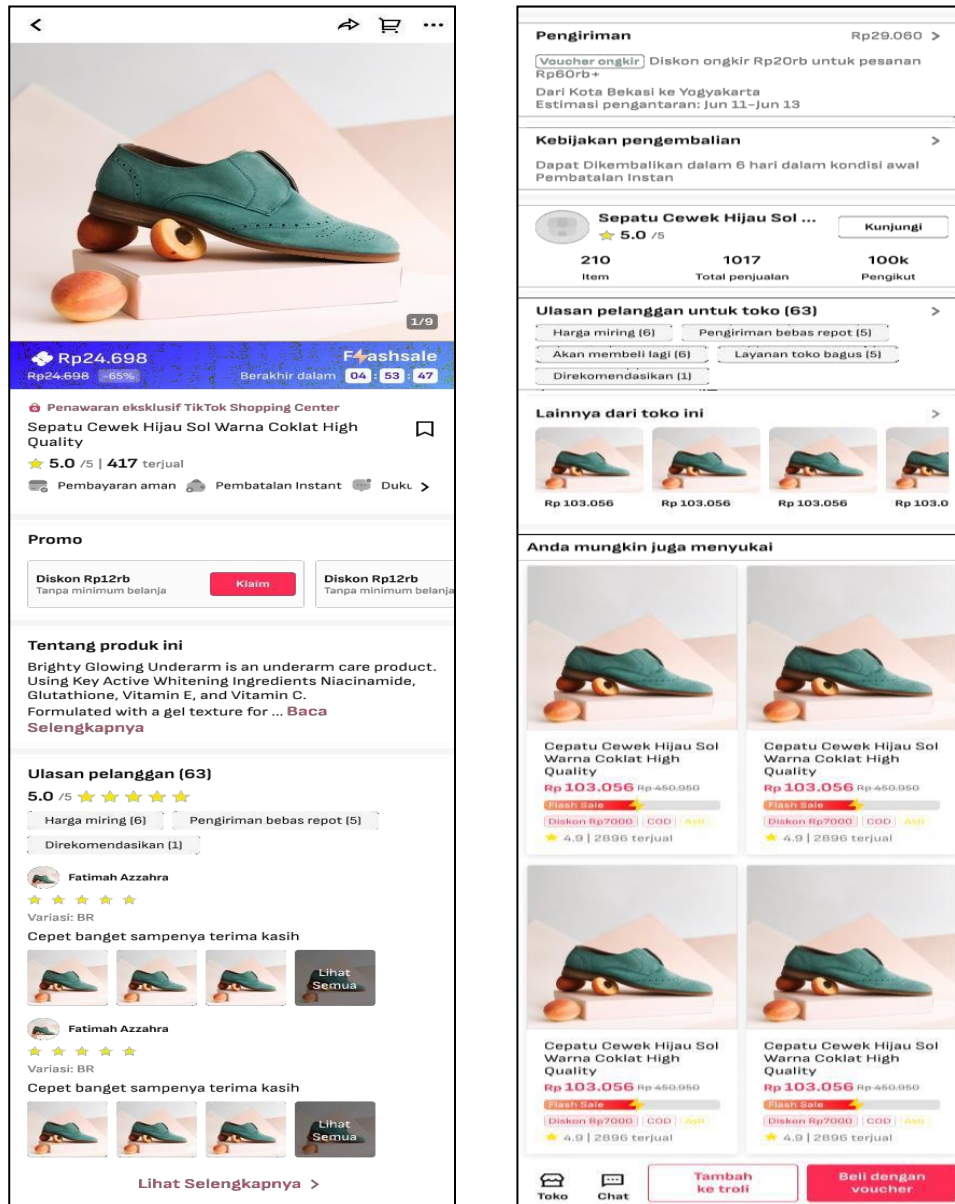
Wireframe high fidelity ini merupakan halaman utama pengguna, pada halaman ini terdapat menu navigation bar yaitu menu beranda, shop, kotak masuk, profil yang dapat dilihat pada Gambar 4.16. Halaman ini merupakan halaman pembuka TikTokShop yang berisi informasi produk-produk yang dijual serta terdapat fitur-fitur lainnya seperti pencarian, pesanan, *chat*, pulsa, riwayat, pembayaran, bantuan, dan lainnya. Pada *section Flashsale* dan diskon menggunakan warna *block* agar lebih *ter-highlight* dan menambahkan ilustrasi agar dapat menarik perhatian pengguna. Kemudian mengganti *section* menu untuk navigasi yang mudah ditemukan oleh pengguna. Pada bar kategori diberikan block hitam agar lebih *ter-highlight*.



Gambar 4.19 Wireframe high fidelity beranda TiktokShop

g. Wireframe High Fidelity halaman rincian produk

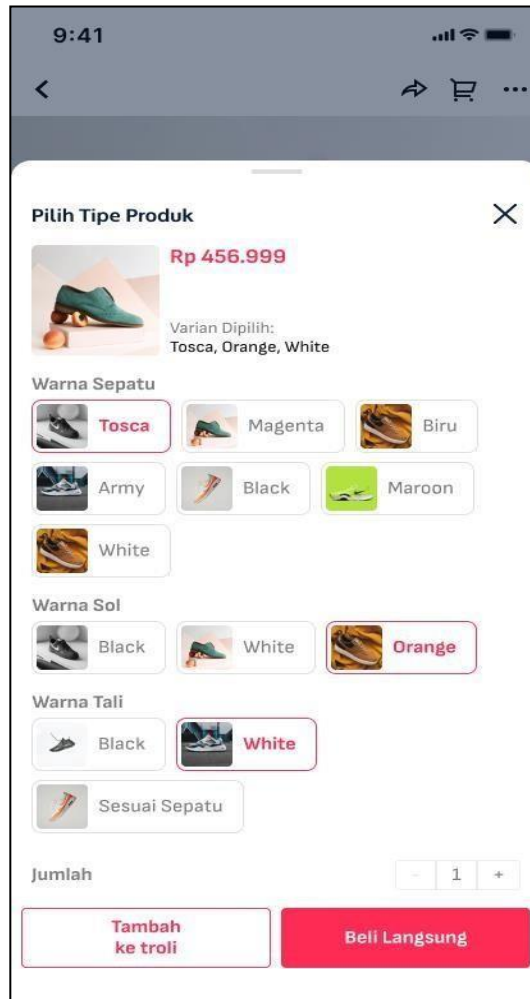
Wireframe high fidelity halaman rincian produk dapat dilihat pada Gambar 4.17 yang berisikan foto produk yang dijual, deskripsi produk, informasi promo, informasi pengiriman serta ulasan dari pelanggan. Pada halaman ini terdapat fitur toko, chat, tambah ke troli dan beli sekarang. Pada halaman ini *section* deskripsi produk dipindah ke bagian atas dan dibuat menjadi *expandable* sehingga dapat menghemat ruang. Kemudian ulasan pengguna dipindahkan di bawah deskripsi produk yang dapat memudahkan pengguna untuk mencari informasi yang diberikan oleh pembeli sebelumnya. Informasi mengenai toko dan produk lainnya juga dipindahkan di bawah ulasan pengguna.



Gambar 4.20 Wireframe high fidelity halaman rincian produk

h. Wireframe High Fidelity halaman pilih varian produk

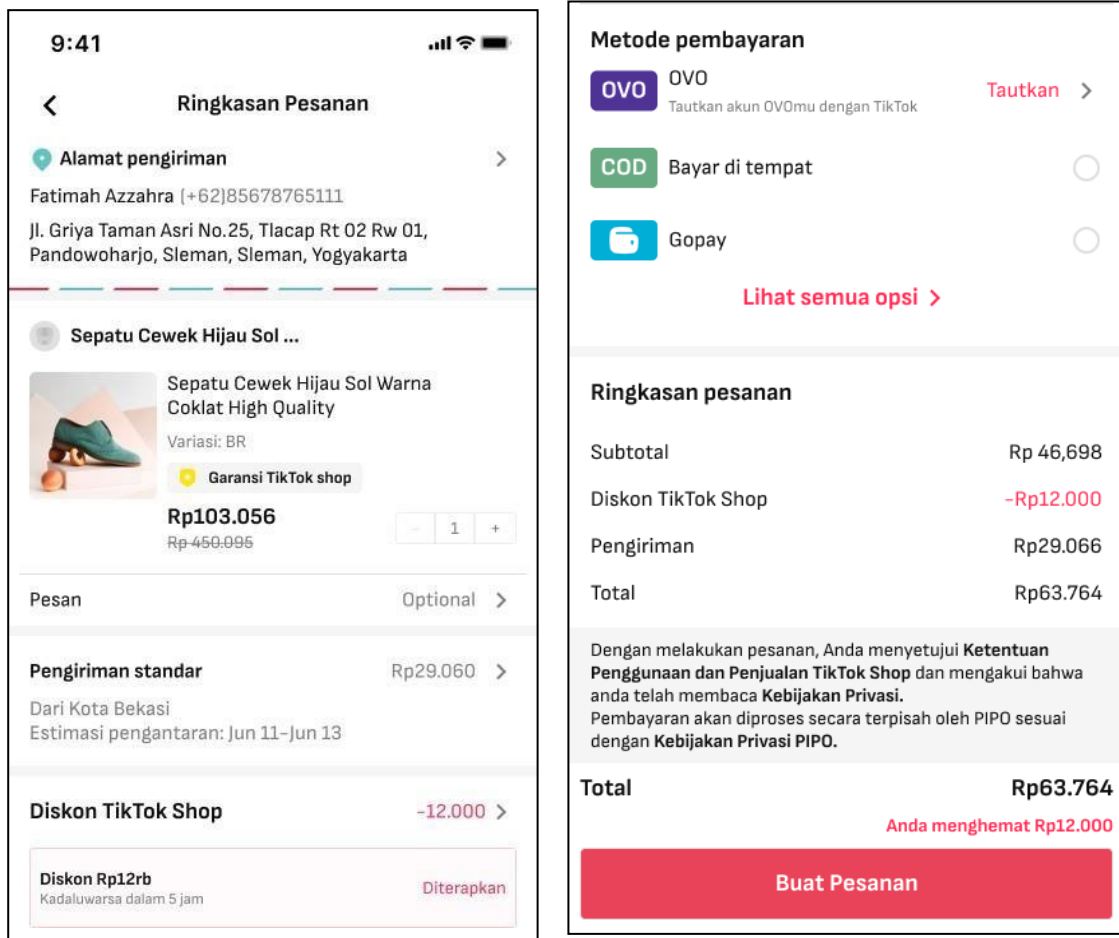
Wireframe high fidelity halaman pilih varian produk dapat dilihat pada Gambar 4.18 yang berisikan foto produk yang dijual, pilihan varian produk, harga produk, dan jumlah item yang akan dipesan. Pada halaman ini juga terdapat beberapa pilihan varian produk misalnya ukuran, warna, dan model produk.



Gambar 4.21 *Wireframe high fidelity* halaman pilih varian produk

i. *Wireframe High Fidelity* halaman ringkasan pesanan

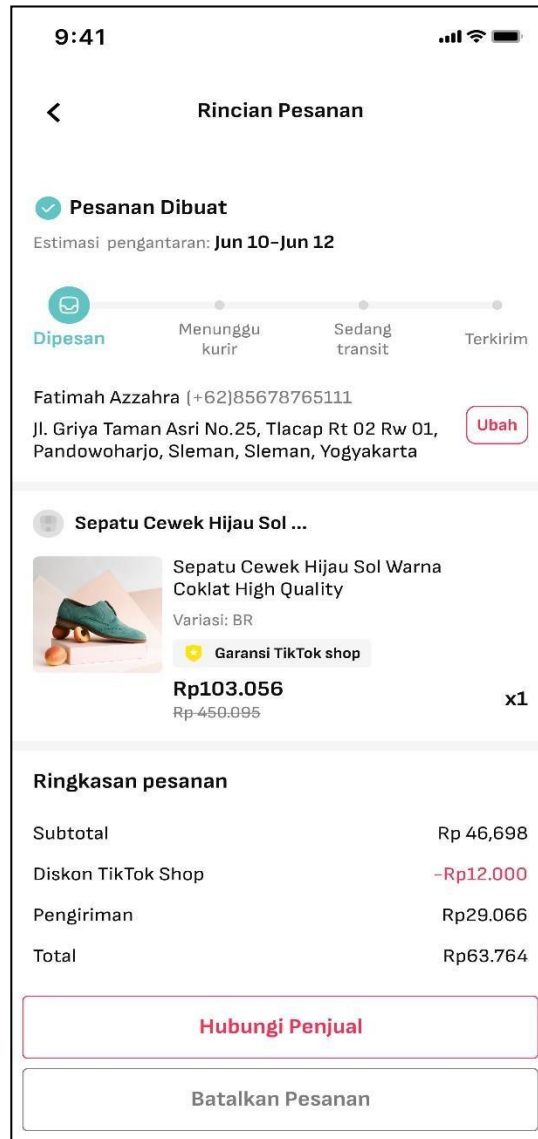
Wireframe high fidelity halaman ringkasan pesanan memberikan rincian informasi pesanan produk yang akan dipesan. Pada bagian atas terdapat rincian alamat pengguna yang akan menjadi tujuan pesanan yang dikirimkan. Kemudian di bawahnya terdapat rincian produk yang dipesan meliputi judul produk, varian produk, harga produk, dan jumlah produk yang dipesan. Di bawahnya akan terdapat informasi pengiriman yang meliputi jenis pengiriman, asal pengiriman, estimasi pengiriman, ongkos kirim dan kumpulan voucher. Selanjutnya pada metode pembayaran dibuat ringkas, jika pilihan pembayaran di tap akan muncul pilihan-pilihan metode pembayaran seperti pada Gambar 4.19.



Gambar 4.22 Wireframe high fidelity ringkasan pemesanan

j. Wireframe High Fidelity halaman rincian pesanan

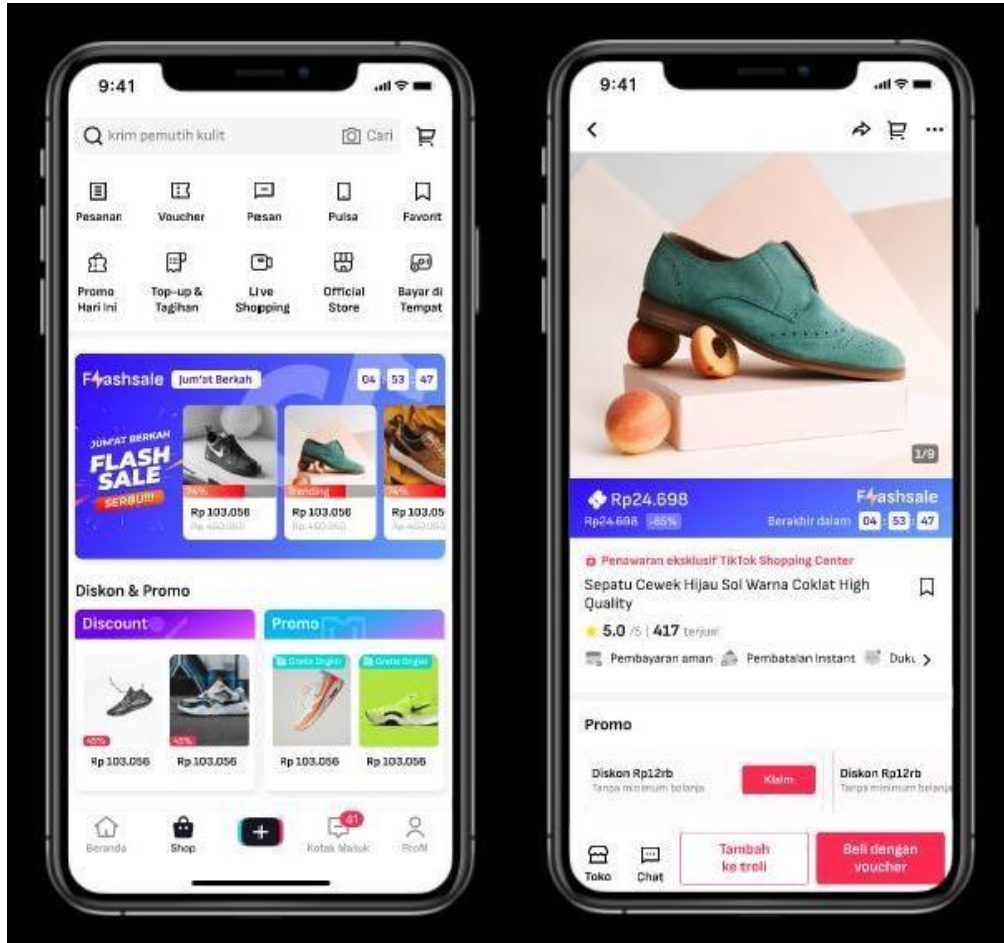
Wireframe high fidelity halaman rincian pesanan memberikan rincian informasi pesanan produk yang sudah dipesan. Pada bagian atas terdapat rincian pesanan dibuat dan estimasi pengantaran. Kemudian terdapat *icon* proses pesanan yang menandakan perjalanan proses pesanan tersebut. Terdapat alamat pengguna yang akan menjadi tujuan pesanan yang dikirimkan dan di bawahnya terdapat rincian produk yang dipesan meliputi judul produk, varian produk, harga produk, dan jumlah produk yang dipesan. Pada bagian bawah halaman terdapat *button* hubungi penjual dan batalkan pesanan seperti pada Gambar 4.20.



Gambar 4.23 Wireframe high fidelity halaman rincian pesanan

4.4 Prototype

Pada tahapan ini dilakukan implementasi desain ke tampilan mockups berdasarkan wireframe yang dibuat pada bab sebelumnya serta solusi yang telah ditentukan. Tampilan mockups dapat diakses pada <https://bit.ly/PrototypeTiktokshop>. Beberapa desain *user interface* dapat dilihat pada Gambar 4.21.



Gambar 4.24 Tampilan *user interface* redesain aplikasi TiktokShop

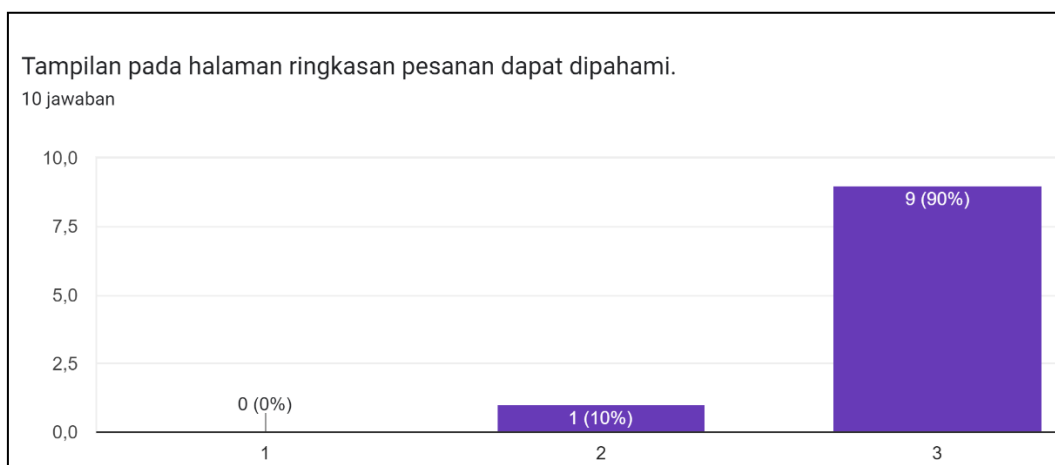
4.5 Testing

Tahap ini merupakan tahapan akhir dari penelitian ini yaitu melakukan proses validasi hasil rancangan tampilan design dengan metode *usability testing* berdasarkan dari riset, analisis dan perancangan. Tahapan ini dilakukan dengan menguji *prototype* untuk mendapatkan *feedback* terhadap solusi desain yang dibuat. *Feedback* dari responden digunakan untuk memperbaiki solusi desain yang belum sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan pengguna. Jenis pengujian yang digunakan yaitu *remote moderated*. Pada pengujian ini fasilitator akan berinteraksi dengan peserta dan melakukan beberapa perintah. Namun, fasilitator dan peserta berada di lokasi fisik yang berbeda. Pengujian ini dilakukan secara *online* melalui Zoom. Pengujian ini dilakukan secara *online* karena mengingat geografis dan kesibukan peserta pengujian serta peneliti tidak memiliki cukup waktu untuk bertemu secara langsung dengan setiap peserta secara bersamaan maupun individu. Pengujian dilakukan secara singkat dengan partisipan berbentuk pertanyaan-pertanyaan yang berupa pengalaman partisipan dan pertanyaan pengujian yang dapat dilihat pada Tabel 4.2.

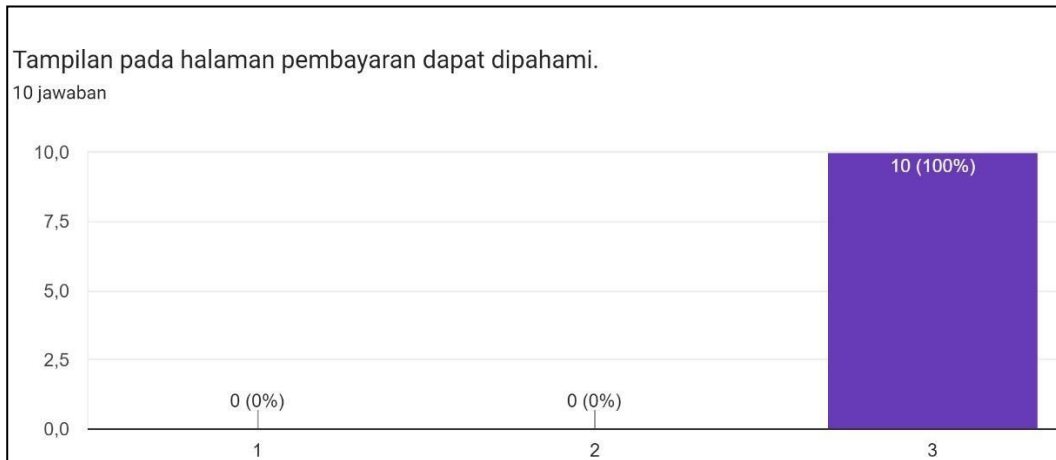
Tabel 4.2 Tabel pertanyaan pengujian

No.	Pertanyaan
1.	Tampilan pada halaman ringkasan pesanan dapat dipahami.
2.	Tampilan pada halaman pembayaran dapat dipahami.
3.	Tampilan tata letak produk pada halaman beranda sudah sesuai dan menarik.
4.	Ukuran dan jenis font yang ada pada setiap halaman terlihat jelas dan dapat dibaca.
5.	Simbol, <i>icon</i> , dan gambar yang ada mudah dipahami dan menarik.
6.	Fitur-fitur yang ada pada aplikasi mudah ditemukan.
7.	Fungsi fitur yang ada sesuai dengan tujuan aplikasi.
8.	Pemilihan warna-warna pada tampilan halaman sangat menarik.
9.	Desain tampilan dari aplikasi menarik dan mudah dipahami.
10.	Informasi produk (deskripsi produk) sudah lengkap dan jelas.

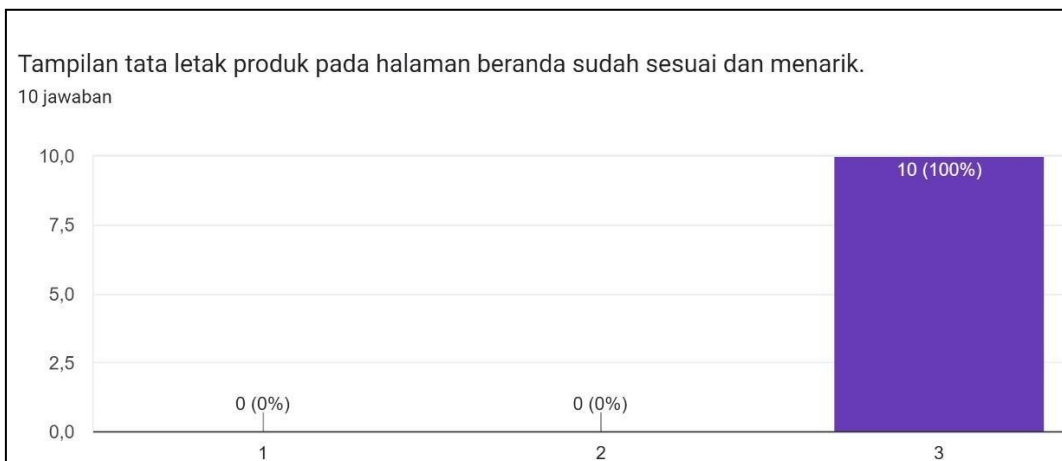
Pengujian dilakukan dengan melibatkan 10 partisipan dan dibagi menjadi dua kondisi atau kelompok yaitu 7 orang sebagai partisipan yang sebelumnya dijadikan personas dan 3 orang dipilih secara acak. Nilai pada pertanyaan pengujian yaitu 1 = Tidak setuju, 2 = Biasa, 3 = Setuju.



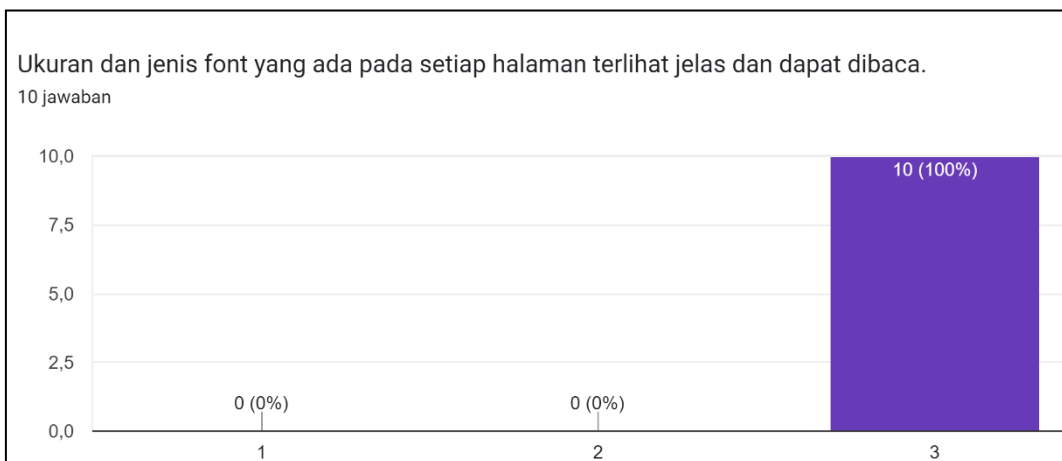
Gambar 4.25 Hasil validasi mengenai tampilan pada halaman



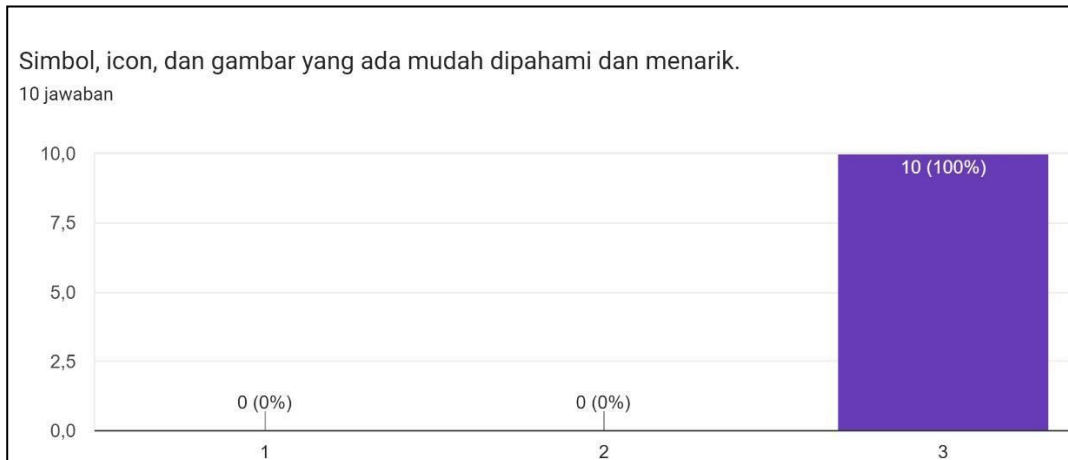
Gambar 4.26 Hasil validasi mengenai tampilan pada halaman



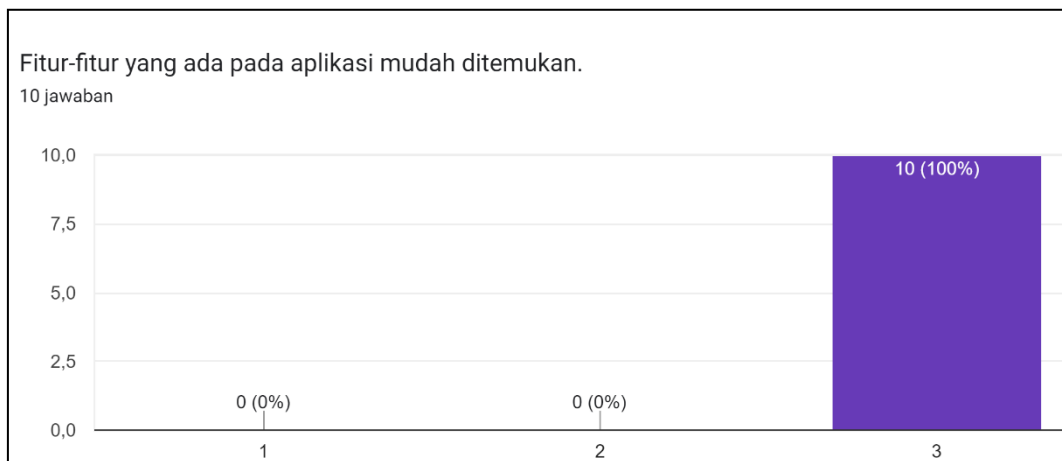
Gambar 4.27 Hasil validasi mengenai tampilan pada halaman



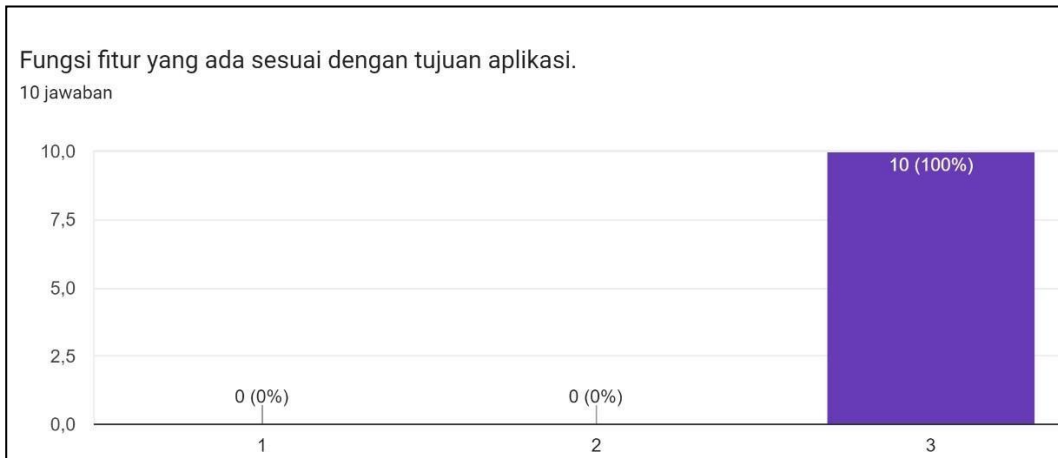
Gambar 4.28 Hasil validasi mengenai ukuran dan jenis *font*



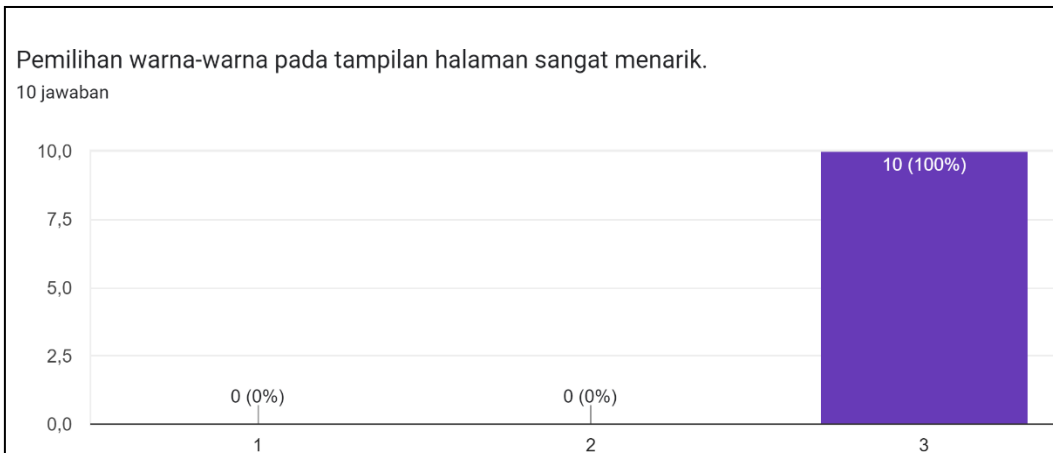
Gambar 4.29 Hasil validasi mengenai *symbol*, *icon*, dan gambar



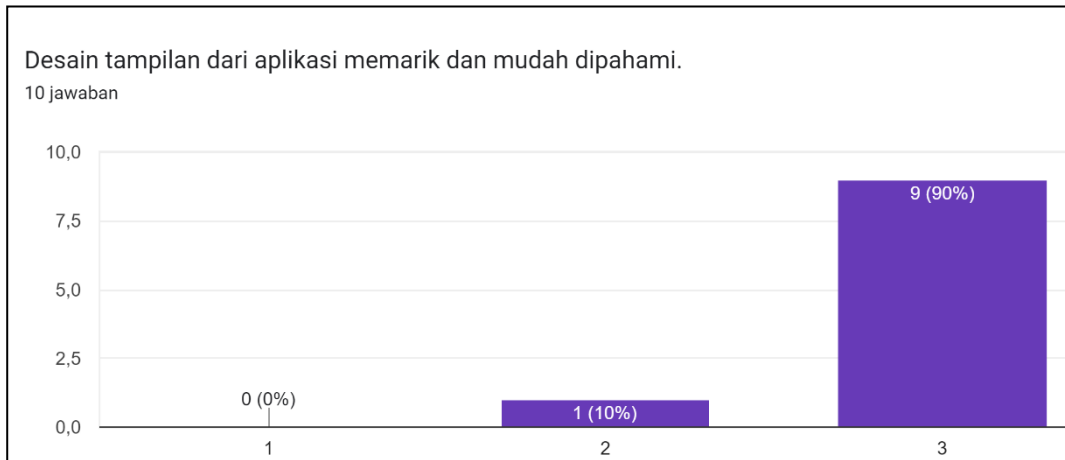
Gambar 4.30 Hasil validasi mengenai fitur-fitur pada aplikasi TikTokShop



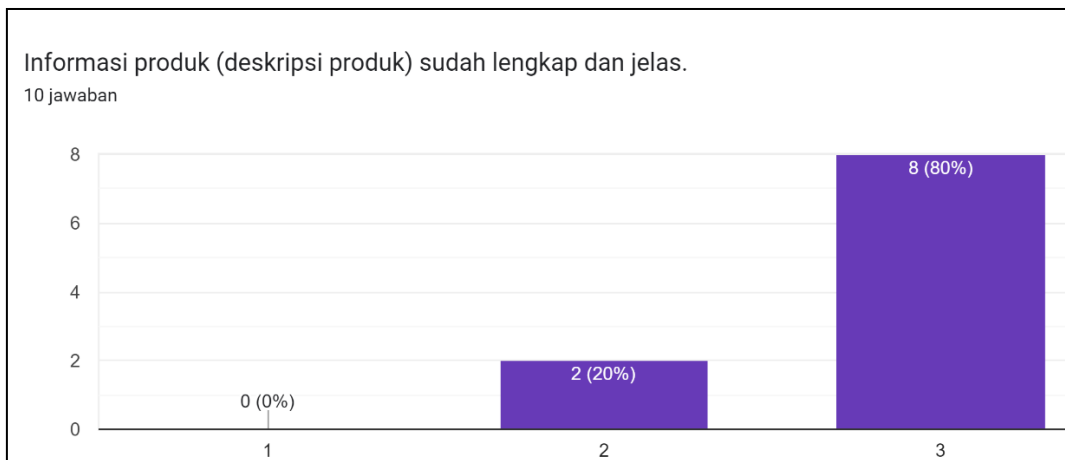
Gambar 4.31 Hasil validasi mengenai fungsi fitur pada aplikasi TikTokShop



Gambar 4.32 Hasil validasi mengenai pemilihan warna pada aplikasi TikTokShop



Gambar 4.33 Hasil validasi mengenai desain tampilan pada aplikasi TikTokShop



Gambar 4.34 Hasil validasi mengenai informasi produk pada aplikasi TikTokShop

Berdasarkan hasil rekap presentase yang didapatkan dari *usability testing* menunjukkan bahwa dari 10 pengguna TikTokShop setuju dengan hasil redesain tampilan aplikasi TikTokShop. Hasil presentase rata-rata terhadap hasil *usability testing* di atas, maka diperoleh hasil yang baik untuk redesain tampilan aplikasi TikTokShop.

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan dari penelitian *redesign* UI/UX aplikasi TikTokShop dengan metode *Design Thinking*, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Metode *Design Thinking* yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode yang melibatkan peran pengguna ke dalam proses penelitian dan menjadikan sudut pandang pengguna sebagai pertimbangan utama dari proses pemecahan masalah.
- b. TikTokShop merupakan aplikasi *e-commerce* yang telah dilakukan *redesign* berdasarkan kebutuhan pengguna terkait pemilihan kebutuhan dan hambatan pada aplikasi TikTokShop. Acuan dalam perancangan *redesign user interface* ini merupakan tampilan dari TikTokShop itu sendiri, sehingga tidak merubah gaya ciri khas dan konsistensi dari aplikasi Tik Tok Shop. Berdasarkan hasil, rancangan antarmuka menggunakan Figma meliputi keterangan pada setiap tahapan, penggunaan warna yang lebih bervariasi, penggunaan ukuran dan jenis *font*, penggunaan *icon-icon*, pengaturan *layout* dan informasi-informasi yang diberikan.
- c. Penelitian ini telah menghasilkan *design User Interface* aplikasi TikTokShop dengan tampilan yang baru dan dapat diterima oleh *user*. Berdasarkan hasil rekap presentase yang didapatkan dari *usability testing* menunjukkan bahwa dari 10 pengguna TikTokShop setuju dengan hasil redesain tampilan aplikasi TikTokShop. Maka dari itu, diperoleh hasil yang baik untuk redesain tampilan aplikasi TikTokShop.

5.2 Saran

Pada proses redesain aplikasi TikTokShop dengan metode *Design Thinking* terdapat beberapa kekurangan yang perlu disempurnakan pada penelitian selanjutnya. Berikut ini merupakan saran yang dapat diberikan:

- a. Pada tahapan pembuatan pertanyaan kuesioner sebaiknya menggunakan parameter yang jelas.
- b. Melakukan pengujian dengan beberapa metode lainnya seperti tatapan muka langsung dengan pengguna sehingga dapat mengetahui keberhasilan penelitian yang lebih akurat.
- c. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencakup keseluruhan aplikasi TikTokShop khususnya pada sudut pandang penjual.

- d. Dapat menggunakan metode perancangan UI/UX lainnya. Sehingga dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, D., Tasdik, K., & Firdaus, D. (2022). *UI / UX Sistem Informasi Dari Perspektif Sosioteknologi*. 1(1), 27–35.
- Asia Internet Usage Facebook Stats and Population Statistics. (n.d).
<https://www.internetworldstats.com/stats3.htm>
- DataIndonesia. (2023). *Per April 2023, Pengguna TikTok Indonesia Terbanyak Kedua Dunia*.
<https://dataindonesia.id/digital/detail/per-april-2023-pengguna-tiktok-indonesia-terbanyak-kedua-dunia>
- Figma. (2017). *Design Tool for Websites, Graphic Design and More*.
<https://www.figma.com/design/>
- Hojjati, N., & Muniandy, B. (2014). *The Effects of Font Type and Spacing of Text for Online Readability and Performance*. 5(2), 161–174.
- Informasi, S., Berbasis, A., Deananda, A., Budiastuti, P., & Muid, D. (2020). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGARUH MINAT PENGGUNAAN PADA APLIKASI SHOPEE DENGAN MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*. 9, 1–10.
- Kelley, D., & Brown, T. (2018). *An introduction to Design Thinking*. *Institute of Design at Stanford*, 6. <https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/36873/attachments/74b3d/ModeGuideBOOTCAMP2010L.pdf>
- Knight, W. (2019). *What Is User Experience?* In *UX for Developers* (pp. 1–12).
https://doi.org/10.1007/978-1-4842-4227-8_1
- Mardiono, Ferdi Cahyadi, E. S. (2022). *Penerapan Metode Scrum Pada Aplikasi E-Commerce Hasil Laut Berbasis Web (Studi Kasus Tempat Pelelangan Ikan Kota Ranai)*. *Universitas Maritim Raja Ali Haji, Student Online Journal (SOJ)*, 3(1), 2746–8461.
- Moran, K. (2019). *Usability Testing 101 @ www.nngroup.com*. In 2019.
<https://www.nngroup.com/articles/usability-testing-101/>
- Nielsen Norman Group. (2015). *Personas Make Users Memorable for Product Team Members*. In *Nielsen Norman Group (NN/g)* (p. <https://www.nngroup.com/articles/persona/>).
- Santoso, M. F. (2022). *Implementasi Konsep dan Teknik UI-UX Dalam Rancang Bangun Layout Web dengan Figma*. 4(2).
- Sarah Gibbon. (2018). *Empathy Mapping: The First Step in Design Thinking*. In *Nielsen Norman Group*. <https://www.nngroup.com/articles/empathy-mapping/>

Schlatter, T., & Levinson, D. (2012). Visual Usability: Principles and Practices for Designing Digital Applications - Tania Schlatter, Deborah Levinson - Google Buku. In *Morgan Kaufmann*.

TikTokShop. (2022). *TikTok Shop _ buy, sell and discover on TikTok*.

User Interface. (2022). https://id.wikipedia.org/wiki/Antarmuka_pengguna

Yunitasari, T. (2016). Evaluasi Usability Website UPT Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang. *Jurnal Informasi Interraktif*, 1(2012), 2015.

LAMPIRAN